

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة قاصدي مرباح _ ورقلة _
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم : علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر أكاديمي
الميدان : علوم الإعلام و الاتصال
تخصص : الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة
من إعداد الطلبة
رويج سناء
طواهي صباح
مذكرة بعنوان

إستراتيجية الاتصال في زمن الأزمات في المؤسسة العمومية دراسة
حالة مؤسسة اتصالات الجزائر ورقلة أزمة كورونا نموذجاً

الجنة المقترحة لتقييم المذكرة مكونة من السادة:

الاسم و اللقب	الدرجة العلمية	الجامعة	الصفة
أ/ حمامي محرز	أستاذ مساعد أ	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	رئيسا
د/مسعودة بايوسف	أستاذ محاضر ب	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	مشرفا و مقرا
د/خافج كريمة	أستاذ محاضر ب	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	مناقشا

السنة الجامعية: 2021/2020.

الإهداء

الحمد لله رب العالمين والسلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين أهدي ثمرة عملي هذا إلي
من وصى بها الرحمان وأمر بطاعتها.

إلي أول من رأته عميني وأحب قلبي إلي أول صدر ضمني إلي التي أفرح بفرقتها وأرتاح للقائها
إلي التي تفرح بنجاحي وتشجعني في كل خطوة أخطوها إلي أمني الحنونة حفظها الله وأطال في
عمرها

إلي الذي رباني على الأطلاق الفاضلة وحب الله والصدق في القول والثبات على المبدأ ،ومهد
لي طريق العلم ولم يخذل جهد في تربيته.

وكان سند الي في هذه الحياة أبي حبيبي أحامه الله لي وأطال في عمره.

إلي من نكن لهم صدق الحب والوفاء والحنان ،الي من جمعني معهم ظلمة الرحم أختوتي
وأخواتي محمد ناجية سليمة السعيد فتبيحه كريمة. دلال

إلي شمعك البيبي كتأخير العائلة أريج. صفوان انشراح عمر

إلي كل زميلات الدراسة الذين أكن لهم أسمى عبارات المحبة والاحترام

إلي كل من أخوالي وخالتي وعمامي وعمتي وأولادهم

إلي عائلة شافو وبالأخص خطيب الغالي الذي ساندني في كل خطوة وتمنى التوفيق لي

إلي كل من سعيهم القلب ولم تسعمم الورقة إلي أستاذتي الكرام بقسم الإعلام والاتصال دفعه

2021. أهديكم هذا بكل فخر واعتزاز.

الإهداء

إلى أمي وأبي الغاليين وأختي حفصم الله لنا

إلى كل محبي العلم والتعلم

أرفق هذا العمل

صلاح طوامري

الشكر والعرفان

أولاً نشكر الله العليّ القدير الذي هدانا لطريق العلم وأعاننا على السير فيه فبفضله وتوفيقه ورعايته تم إنجاز هذا العمل. قال تعالى (الله وليّ الذين آمنوا يخرجهم من الظلمات إلى النور) 257 سورة

البقرة

يسرنا في هذا المقام أن أتقدم بخالص الشكر والعرفان لأستاذة الفاضلة والمهذبة علينا د. بايوسف مسعودة على توجيحاتها ونصائحها القيمة في كل مراحل البحث إلى غاية نهايته. كما أتوجه بأسمى عبارات التقدير إلى جميع أستاذة قسم الإعلام والاتصال وبالأخص من كان له أثر في تكويننا وتمصيلنا المعرفي طوال الأطوار التكوينية.

كما أتقدم وبكل احترام إلى الأساتذة المناقشين الذين يستولوا بتقدير عملنا وأسأل الله العليّ القدير أن يوفقنا لما فيه الخير أن يجعل ما تعلمناها خالصاً لوجهه الكريم.

ملخص الدراسة :

يتمحور موضوع دراستنا حول إستراتيجية الاتصال داخل المؤسسة العمومية في ظل أزمة كورونا، دراسة ميدانية اتصالات الجزائر ورقلة، وانطلاقا من الإشكالية الدراسة عرجنا إلي التساؤل الرئيسي المتمثل في ماهية إستراتيجية الاتصال التي وضعتها مؤسسة اتصالات الجزائر لمواجهة أزمة كورونا؟

ومن الإشكالية طرحنا التساؤلات الفرعية التالية

1. هل للمؤسسة إستراتيجية اتصالية خاصة بإدارة الأزمات؟
 2. ما هي الإستراتيجية التي وضعتها مؤسسة اتصالات لمواجهة أزمة كورونا؟
 3. كيف تؤثر إستراتيجية الاتصال على مؤسسة اتصالات في أزمة كورونا؟
- وبما أن دراستنا اعتمدنا على المنهج الوصفي ودراسة حالة، فقد تم الاعتماد على أداة الاستبيان والمقابلة على عينة لمؤسسة اتصالات الجزائر بأسلوب العينة القصدية وبعد تحليل النتائج توصلنا إلى نتائج التالية:

- (1) نقص عدد الموظفين.
- (2) تزايد عدد الزبائن عن طريق الاتصال عن بعد.
- (3) مساعده الإستراتيجية الاتصالية في تحسين الأداء بين أقسام المؤسسة.

4) أن أزمة كورونا لم تؤثر على الاتصال في مؤسسة اتصالات الجزائر.

كلمات مفتاحية : الاتصال، إستراتيجية، إستراتيجية الاتصال، المؤسسة ، المؤسسة العمومية ،الاتصال الأزماتى ،الأزمة

Study summary:

The topic of our study revolves around the communication strategy within the public institution in light of the Corona crisis, a field study of Algeria Telecom Ouargla, and based on the problem of the study, we return to the main question of what is the communication strategy developed by Algeria Telecom to confront the Corona crisis?

From the problem, we posed the following sub-questions

- 1/ Does the institution have a communication strategy for crisis management?
- 2/ What is the strategy developed by Etisalat to confront the Corona crisis?
- 3/ How does the communication strategy affect Etisalat in the Corona crisis?

Since our study relied on the descriptive approach and a case study, the questionnaire and interview tool were relied on a sample of Algeria Telecom using the intentional sampling method, and after analyzing the results, we reached the following results:

- 1/ Staff shortage
- 2/ Increasing the number of customers through remote communication

3/ Assisting the communication strategy in improving performance between the departments of the organization

4/ The Corona crisis did not affect the communication in Algeria Telecom crisis.

Keywords:.

Communication, strategy, communication strategy, institution, public institution, crisis communication,

الفهرس:

الشكر والعرفان ب.

الإهداء ب.

ملخص الدراسة : أ.

Study summary : ب.

الفهرس أ.

فهرس الأشكال أ.

الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد : 4

1. الإشكالية : 5

2. :الأسئلة الفرعية 6

3.:الفرضيات : 6

4. اهداف الدراسة 7

5.أهمية الدراسة 7

6.: اسباب اختيار الموضوع 8

7.: تحديد المفاهيم 8

15.....	8. : مستوى الدراسة
16.....	9. منهج الدراسة :
18.....	10. أدوات جمع البيانات
23.....	11. المدخل النظري للدراسة:
24.....	12. مجتمع البحث وعينة الدراسة:
26.....	13. مجالات الدراسة
27.....	14. الدراسات السابقة:
36.....	خلاصة الفصل

الاطار التطبيقي للدراسة

38.....	تمهيد:
39.....	لمحة عن مؤسسة اتصالات الجزائر:
77.....	نتائج الدراسة :
80.....	الخاتمة
83.....	قائمة المراجع
89.....	الملاحق

فهرس الجداول

- الجدول رقم(1): يوضح افراد العينه حسب متغير الجنس 49
- الجدول رقم(2): يوضح توزيع خصائص العينه (السن) 49
- الجدول رقم(3): يوضح توزيع خصائص العينه) المستوى التعلم التعليمي 50
- الجدول رقم(4): يوضح توزيع اللغه المستخدمة 51
- الجدول رقم(5): يوضح توزيع خصائص الأقدمية في المؤسسة 52
- الجدول رقم(6): يوضح إستراتيجية الاتصال المتبعة في المؤسسة. 53
- الجدول رقم(7): يبين قسم مكلف بإنجاز الاستراتيجية الاتصال في مؤسستكم 54
- الجدول رقم(8): الاجابات الأخرى 55
- الجدول رقم(9): هل عينت المؤسسة موظفين مختصين لوضع إستراتيجية الاتصال لها 56
- الجدول رقم(10): هل تقوم المؤسسة بتقييم ومتابعة تطبيق الاستراتيجية الاتصالية 57
- الجدول رقم(11): هل الاستراتيجية الاتصالية تساعد على إنسياب المعلومات للوصول إلى الأهداف المسطرة داخل المؤسسة 58
- الجدول رقم(12): هل تساهم الاستراتيجية الاتصالية في تحسين الأداء بين الأقسام المؤسسة 59
- الجدول رقم(13): هل أثرت أزمة كورونا على الاتصال في مؤسستكم 60
- الجدول رقم(14): إذا كان جوابكم ب نعم ما هو المجال الذي تأثر 61
- الجدول رقم(15): هل قللت أزمة كورونا من إقبال الزبائن 62
- الجدول رقم(16): إذا كان الجواب نعم هل وضعت مؤسسة اتصالات الجزائر إستراتيجية الاتصالية تعمل على رضا الزبون وتلبية مطالبها عن بعد 63

- الجدول رقم(17):هل أزمة كورونا أدت إلى ضعف الاتصال داخل المؤسسة64
- الجدول رقم(18):هل إجراءات التباعد الصحي أثرت على الاتصال الداخلي بين مستويات المؤسسة65
- الجدول رقم(19):هل أثرت أزمة كورونا على الاتصال مع الشركاء أو المتعاملين الخارجيين66
- الجدول رقم(20):مع حلول أزمة كورونا هل تم تطبيق إستراتيجية اتصالية معدة مسبقا للأزمات وضع إستراتيجية جديدة67
- الجدول رقم(21):هل كانت هذه الاستراتيجية واضحة _غامضة68
- الجدول رقم(22):ما مدى نجاح هذه الاستراتيجية المتبعة69
- الجدول رقم(23): خلال الأزمة ،هل تم تقليص مواضيع الاتصال المباشر في المؤسسة70
- الجدول رقم(24):في حالة الاتصال المباشر مناسبة تطبيق إجراءات التباعد وتعليمات البرتوكول الصحي من 20% أو أقل _من 31% الي . _50%من 71%الي 100%71
- الجدول رقم(25):في حالة اتصال غير مباشر ما هي الوسائل الاتصالية المستخدمة .72
- الجدول رقم(26):هل تم شرح الإجراءات الاتصالية الجديدة للموظفين والزبائن73
- الجدول رقم(27):إذا كان الجواب ب نعم فهل تم ذلك عن طريق ملصقات واللافتات الارشادية. - الاجتماعات والاتصال المباشر - المطبوعات الورقية74
- الجدول رقم(28):ما هي العراقيل الاتصالية التي واجهتكم في أزمة كورونا74
- الجدول رقم(29):حسب رأيك،هل الإجراءات الاتصالية المتخذة في ظل أزمة كورونا مناسبة. غير مناسبة75

فهرس الأشكال

- الشكل رقم 1: يوضح توزيع العينة حسب متغير الجنس 49
- الشكل رقم 2: يوضح توزيع خصائص العينة (السن) 49
- الشكل رقم 3: يوضح توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي 50
- الشكل رقم 4: يوضح توزيع اللغة المستخدمة 51
- الشكل رقم 5: يوضح توزيع خصائص الأقدمية في المؤسسة 52
- الشكل رقم 6: قبل أزمة كورونا .مارأيكم في إستراتيجية الاتصال المتبعة في مؤسستكم .جيدة_ريئة_متوسطة 53
- الشكل رقم 7: يبين قسم مكلف بإنجاز الاستراتيجية الاتصال في مؤسستكم 54
- الشكل رقم 8: الاجابات الأخرى 55
- الشكل رقم 9: يبين إعانة المؤسسة موظفين مختصين لوضع إستراتيجية الاتصال لها 56
- الشكل رقم 10: يبين إجابات بإقامة المؤسسة بتقييم ومتابعة تطبيق الاستراتيجية الاتصالية 57
- الشكل رقم 11: يبين إجابات الاستراتيجية الاتصالية تساعد على إنسياب المعلومات للوصول إلى الأهداف المسطرة داخل المؤسسة 58
- الشكل رقم 12: يبين إجابات مساهمة إستراتيجية الاتصالية في تحسين الأداء بين الأقسام المؤسسة 59
- الشكل رقم 13: يبين إجابات تأثير أزمة كورونا على الاتصال في مؤسستكم 60
- الشكل رقم 14: يبين إجابات ب نعم المجال الذي تأثر في المؤسسة 61
- الشكل رقم 15: يبين إجابات أزمة كورونا قللت من إقبال الزبائن 62

- الشكل رقم 16: يبين إجابات بوضع المؤسسة استراتيجية اتصاليه من أجل رضا الزبون وتلبية مطالبها عن بعد 63
- الشكل رقم 17: يبين إجابات أزمة كورونا أدت إلى ضعف الاتصال داخل المؤسسة . 64
- الشكل رقم 18: يبين إجابات الإجراءات التباعد الصحي أثرت على الاتصال الداخلي بين مستويات المؤسسة 65
- الشكل رقم 19: يبين إجابات تأثير أزمة كورونا على الاتصال مع الشركاء أو المتعاملين 66
- الشكل رقم 20: يبين إجابات في حلول أزمة كورونا إتمام تطبيق إستراتيجية الاتصالية معدة مسبقا أو وضع استراتيجية جديدة 67
- الشكل رقم 21: يبين إجابات أن الاستراتيجية الاتصالية كانت واضحة أم غامضة ... 68
- الشكل رقم 22: يبين مدى نجاح هذه الاستراتيجية المتبعة في المؤسسة 69
- الشكل رقم 23: يبين إجابات تم تقليص مواضيع الاتصال المباشر في المؤسسة 70
- الشكل رقم 24: يبين نسبة تطبيق إجراءات التباعد وتعليمات البرتوكول الصحي 71
- الشكل رقم 25: يبين إجابات الوسائل المستخدمة في حالة الاتصال غير المباشر 72
- الشكل رقم 26: يبين إجابات شرح الإجراءات الاتصالية الجديدة للموظفين والزبائن ... 73
- الشكل رقم 27: يبين إجابات إذا كان الجواب ب نعم نلاحظ أن نسبة ملصقات واللافتات الارشادية 74
- الشكل رقم 28: وسائل أخرى 74
- الشكل رقم 29: يبين إجابات العراقيل الاتصالية التي واجهتكم في أزمة كورونا 75

مقدمة عامة

مقدمة

إن عملية الاتصال مهمة وأساسية في جميع مناحي الحياة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية وغيرها، فهو وسيلة وغاية ملحة لتحقيق الأهداف حيث أصبح الاتصال الإنساني هو المحرك الأساسي لكل تلك المظاهر التي تسود المجتمعات المعاصرة مما أهله أن يحتل مكانة هامة بين جميع أفراد المجتمع تمكنهم من تنظيم وتنسيق الأعمال والنشاطات فيما بينهم من خلال تبادل الأفكار والمعلومات والتي تكون أولاً وأخيراً مضمون الاتصال.

ومن المعروف أن الاستراتيجية الاتصال من بين العوامل الهامة والمساعدة في عملية تحديد الطرق والوسائل المساهمة في تطبيق الاستراتيجية، فهي عامل مهم لها، فإن التطورات المتسارعة في المجال التكنولوجي في مختلف الميادين، فالاستراتيجية الاتصالية هي التي تحدد لنا الأهداف العامة للمؤسسة من جهة وتحسين علاقتها مع جمهورها من جهة أخرى، إذ يتوقف عليها مدى نجاح المؤسسة أو فشلها، وتعتمد معظم المؤسسات على بناء استراتيجية اتصالية من أجل أداء وظائفها وبالتالي تحقيق أهدافها وغاياتها عن طريق التنسيق بين مختلف أعضائها، أن هذه الأخيرة تستخدم استراتيجيات من أجل تحقيق أهدافها وحل مشاكلها وخاصة مع ظهور جائحة كورونا التي سببت العديد من المشاكل والعراقيل سواء على مستوى البلاد أو على مستوى المؤسسات لذلك تتخذ المؤسسات العمومية جملة من الاستراتيجيات الاتصالية وذلك من أجل تجاوز هذه الأزمة والعراقيل وتحقيق أهدافها.

لذلك جاءت في دراستنا للكشف عن إستراتيجية الاتصال زمن الأزمات داخل المؤسسة العمومية اتصالات الجزائر ورقلة، حيث تم تقسيم هذه الدراسة إلي فصلين وهي كالتالي:

1) الفصل الأول: العنوان الاطار المنهجي للدراسة وتطرقنا فيه إلى الاشكالية تساؤلات الدراسة، أسباب اختيار الموضوع أهداف وأهمية الدراسة ، نوع الدراسة ومنهجها، وأدوات جمع البيانات ، مجتمع البحث و عينة، تحديد المفاهيم الدراسة ، الدراسات السابقة.

2) الفصل الثاني:تناولنا فيه الاطار التطبيقي للدراسة وتتضمن مايلي:

بطاقة فنية عن مؤسسة اتصالات الجزائر، التحليل الكمي والكمي للنتائج الدراسة، وفي الأخير جاءت خاتمة الدراسة كحوصلة لمختلف النتائج التي توصلنا إليها.

الفصل الأول الجانج المنهجي

تمهيد :

في هذا الجانب حاولنا طرح الاشكالية وتحديد التساؤلات بالإضافة الي ذكر
الاهمية وأهدف الدراسة وكذا تعريف المتغيرات الاساسية للدراسة وتحديد المنهج المعتمد
وأیضا أداة جمع البيانات.

1. الإشكالية :

تساهم الأنشطة الاتصالية بدور كبير في المؤسسات العمومية وقد تزايد هذا الدور خاصة في زمن الأزمات التي أصبحت أمرا واقعا مما دفع مختلف المؤسسات للعناية باتصال باعتباره سلوك من خلال يتواصل الفرد مع الآخرين وتزداد أهمية الاتصال أثناء إدارة الأزمات في مختلف تطوراتها حيث تتطلب استراتيجية اتصال بين جميع مستوياتها فهي أسلوب التحرك لمواجهة الأزمة وهذا ما جعل المؤسسة تهتم بتحضير استراتيجيات اتصال لمواجهة الأزمات المختلفة حيث تتطلب كل أزمة استراتيجية معينة وذلك من أجل التقليل من الآثار الوخيمة الناتجة عن الأزمة واتخاذ القرارات الصائبة في الوقت المناسب .

تعد كورونا من اخطر الأزمات التي يشهدها العالم منذ 2019الي يومنا هذا وكان لها تأثيرات سلبية في شتي المجالات حيث أدخلت العالم في أزمة اقتصادية ومالية اعتبرت أشد وأعنف أزمة حدثت في تاريخ البشرية وفي هذا الصدد اتخذت دول العالم العديد من الإجراءات اللازمة للحد من انتشارها إلا أن هذا النوع من الازمات الصحية فرضت نفسها بشكل كبير ومتفاقم حتم على السلطات والمؤسسات العمومية في الدول تطوير استراتيجيات وآليات لتواصل تمكنها من احتواء آثار السلبية الناتجة عنها .

تعتبر الجزائر من بين الدول التي تعرضت للأزمة وذلك في شتي القطاعات ومن بينها المؤسسات العمومية حيث جاء المرسوم التنفيذي في العدد الاخير في الجريدة الرسمية أنه

يمكن أن تتخذ المؤسسات والإدارات العمومية كل إجراء يشجع على العمل عن بعد في ظل احترام القوانين والتنظيمات المعمول بها ومن بين هذه المؤسسات الجزائرية مؤسسة اتصالات الجزائر فهي مؤسسة عمومية تنشط في سوق شبكة وخدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية ومنه نطرح التساؤل التالي :

ما هي استراتيجية الاتصال التي وضعتها مؤسسة اتصالات الجزائر لمواجهة أزمة كورونا ؟

2. الأسئلة الفرعية

1. ما واقع الاستراتيجية الاتصالية لمؤسسة اتصالات الجزائر ؟
2. كيف أثرت أزمة كورونا على الاستراتيجية الاتصالية في مؤسسة اتصالات الجزائر؟

3. ما هي الإجراءات الاتصالية المتخذة لمواجهة أزمة كورونا ؟

3. الفرضيات :

- 1 / نعم للمؤسسة اتصالات الجزائر إستراتيجيه خاصة بإدارة الأزمات
- 2 / أثرت أزمة كورونا سلبا على مؤسسه اتصالات الجزائر.
- 3 / من ضمن الاجراءت المتخذة هي تقليص عدد العمل واحترام البرتكول الصحي

4. اهداف الدراسة

- محاولة معرفة ما مدى تأثير أزمة كورونا على مؤسسة اتصالات الجزائر.
- التعرف على اهم العراقيل التي واجهتها مؤسسة اتصالات الجزائر في ظل أزمة كورونا .
- تقديم دراسة تعتمد على منهجية واضحة تهدف إلي نتائج صحيحة وشاملة لمعرفة حقيقة استراتيجية الاتصال داخل مؤسسة اتصالات الجزائر في ظل أزمة كورونا .
- الكشف عن استراتيجية الاتصال داخل مؤسسة اتصالات في ظل أزمة كورونا .

5.أهمية الدراسة

- تعد خطوه تحديد اهميه الموضوع امر ضروري في البحث وذلك لان البحث العلمي نشاط منظم وهادف لذ وجب على الباحثين ان يحدّد اهميه بحوثهم, و ما الذي يمكن ان تضيفه تلك البحوث الي معرفتهم .
- وتتجلى اهميه هذه الدراسة الاكاديمية في تركيزها على الاستراتيجية الاتصالية داخل المؤسسة اتصالات في ظل أزمة كورونا, ومحاولة ايجاد حلول للمشاكل والعراقيل التي واجهتها مؤسسة اتصالات في ظل أزمة كورونا.

6.: اسباب اختيار الموضوع

ء-الاسباب الذاتية

- ✓ في التعرف على تأثير أزمة كورونا على مؤسسة اتصالات الجزائر.
- ✓ الارتباط المباشر لموضوع الدراسة بمجال التخصص .
- ✓ حداثة موضوع الدراسة.

ب - الأسباب الموضوعية

- ✓ المشاكل والعراقيل التي تواجه المؤسسة في ظل أزمة كورونا.
- ✓ عدم وجود رؤية مستقبلية لمواجهة الأزمة في المؤسسة.
- ✓ قلة الدراسات والبحوث في مجال الدراسة.

7.: تحديد المفاهيم

* الاتصال :

أ. لغة : هو كلمة اللاتينية جاءت Commuuis ومعناها Commom اي مشترك أو عام وبالتالي فن الاتصال كعملية يتضمن المشاركة أو فعل.¹

ب. اصطلاحا :

- يعرف بأنه التفاعل بواسطة الرموز والإشارات التي تعمل كمنبه او مثير يثير سلوكا

معينا عند الملتقي¹²

-الاتصال انه عملية نقل المعلومات و الآراء والمهارات والأفكار بواسطة رموز²

- 3 كما يعرفه أو مكس الاتصال بأنه تبادل الافراد المعلومات، اي عندما يدرك بعضهم

بعضا وعندنا يتبادلون الرسائل فيما بينهم عندما يكون هؤلاء الافراد على حج وعي مباشر

او غير مباشر بوجود الاخرين بينها ان يشاركا في فكرة او رأي أو شعور او عمل ما³

- تعريف الاجرائي

هو عملية سلوكية بين إنسان وآخر او بين مجموعه من الافراد وآخرين تتضمن معلومات

وأفكار تستخدم عدة اسباب من اجل تحقيق اهداف مرغوبة.

¹ بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع عمان الاردن، 2016، ص23

¹ - حسن عماد مكاوي (وآخرون) نظريات الاعلام, 2007, ص4

² نضال فلاح وآخرون: نظريات الاتصال والاعلام الجماهيري، دار الاعصار للنشر والتوزيع عمان، سنة 2016، ص11

³ محمد حسن اسماعيل مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط 1، الدار العالمية لنشر وتوزيع ، 2003 ص 52.

* الاستراتيجية:

أ. لغة

مشتقة من أصل الكلمة اليونانية وكانت تعني قيادة القوات ونقصد بها اليوم علم وفن يتم التخطيط والوسائل التي تعالج الوضع الكلي لصراع الذي تستخدم فيه القوة بشكل مباشر أو غير مباشر من أجل تحقيق هدف السياحة الذي يتعد تنفيذه عن غير ذلك السيل¹

ب. اصطلاحاً:

- يعتبر مصطلح الاستراتيجية من العبارات القديمة التي استخدمت منذ قرون ،حيث أصبح كثير من الافراد يتبادلون عبارة الإستراتيجية في سياق حديثهم التنظيمي والسياسي او العسكري وربما الرياضي ايضا اضافة الي ميدان الاعمال².

-هي الخطط والوسائل التي تسعى إلي معالجه الوضع الكلي لصراع أو مشكلة من أجل تحقيق أهداف يتعدر تنفيذه من دون تصميم وتخطيط³ .

¹ عبد الله: المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال لتوحيد المصطلحات ط1 ،النهضة العربية_ بيروت لبنان، 2014، ص، 114 .

² عمر تيمجدين ،دور استراتيجية التنوع في تحسين إدارة المؤسسة الصناعية ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية،جامعة محمد خيضر بسكرة الجزائر،كلية العلوم الاقتصادية، سنة 2012/2013 ص 7 .

* تعريف الاجرائي : هي تصور المؤسسة لوضعها المستقبلي ،من خلال وضع جملة من الخطط العملية الدقيقة والمدروسة وتحديدًا لسبل والطرق التي تسلكها وذلك بغرض تحقيق أهدافها وغايتها المرجوة وما ينبغي الوصول اليه الي المدى البعيد.

* إستراتيجية الاتصال:

- هي حلقة وصل بين المؤسسة والمجتمع المحيط بها، ففي كل مجتمع لابد من وجود مؤسسات وهيئات مختلفة قائمه لتحقيق غايات ووظائف معينة¹.

- هي مجموعة من الآليات التي يتم من خلالها تحقيق فعالية الاتصال والتي تمثل في احتلال المساحات الاعلامية ،وتوفير الميزانية المقارنة مع المنافسين والمتابعة من الرئيس والاستمرارية والتميز والثقافة والواقعية والانتشار وحسن التموقع².

* تعريف المؤسسة :

- ورد في لسان العرب للابن المنظور في فعل أس والأس والأساس كل شيء مبتدأ والأسس والأساس اصل البناء واس الانسان قلبه لأنه أول متكون في الرحم واس البناء يؤسسه وأسسهُ تأسيساً بنيت حدودها قواعدها. المؤسسة بصورة عامة هي التركيبية يبتدعها

³ ، عبد الله : المرجع سبق ذكره ، 141 .

¹ عماد الدين شعبان ، بور استراتيجية الاتصالية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة ، جامعة محمد خضير بسكرة كلية العلوم الانسانية ، سنة 2018/2019 .

² ناصر قاسمي ، مصطلحات وسياسية في علم الاجتماع والاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية 2017، ص 34 .

الانسان بالتعاون مع الافراد الاخرين في المجتمع فالحب مثلا ظاهرة طبيعية اما الزواج فهو المؤسسة اجتماعيه ويشمل مفهوم المؤسسة على كل التنظيمات القائمة في المجتمع كالزواج والعائلة والملكية والمشروع الاقتصادي والهيئات السياسية والقانونية.¹

- وهي مصطلح اقتصادي غير معروف في القانون وهو غير واضح ويشمل عدة حالات ونشاطات مختلفة وله عدة تسميات من بينها والأكثر استعمالا هي اعتبارها كعميل اقتصادي ينتج سلع وخدمات لأعوان آخرين بهدف تحقيق الأرباح.²

* المؤسسة العمومية :

أ. لغة :عمومية فهي فعل عم عموما يقال عم المطر الأرض اي شملها وعم العم بالعيطة أي شملهم³.

ب. اصطلاحا: هي منظمة تنشئها الدولة ولها الكلمة الأخيرة في تنظيمها وتسييرها وإخضاعها للنظام للقانوني الذي تراه مناسبا وبالتالي فهذه المنظمة هي منظمة عامة لارتباطها المطلق بسيادة الدولة وإرادته⁴.

¹ بن حمودة رندة وآخرون : استراتيجية اتصال داخل المؤسسة العمومية ، مذكرة لنيل شهادة ليسانس ، تخصص اتصال وعلاقات عامة جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، قسم العلوم الانسانية ، سنة 2013/2014 ص7.

² مداح عرابي الحاجة، ادارة الأعمال الاستراتيجية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2015، ص10/11.

³ بوزيظ غلابي، مفهوم المؤسسة العمومية ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام، تخصص قانون الادارة العامه، جامعة العربي بن مهدي ،ام البواقي كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق سنة 2010_2011 ص28 ،

⁴ _مداح عرابي الحاجة،مرجع سبق ذكره،ص13.

- هي مجموعة من القواعد التي على اساس صيغة الاتصال تتضمن الهدف منه، يمكن تعريفها على أنها خطوات علمية مدروسة ومنظمة ذات طبيعة خاصة تتكامل مع خطوات التخطيط الاستراتيجي الاداري لكل القطاعات لتحقيق غايات متكاملة تخدم الاتجاه المستقبلي لكل مؤسسة وجماعيتها معا ويكون التطور او التقدم أكثرا ومستقرا.¹

- تعريف الاجرائي

هي مجموعة الخطط التي ترسم سياسة المؤسسة والتي تطمح لتحقيق أهدافها مع الاخذ بعين الاعتبار الوسائل والإمكانيات المتاحة وتنفيذ هذه الخطط لتحقيق الهدف الاستراتيجي المنشود للمؤسسة.

* تعريف الأزمة

أ. لغة: تعني الشدة والقحط والأزمة هو الضيق ويطلق على كل طريق بين جبلين مأزم و مصطلح الأزمة (crisis) مشتق اصلا من الكلمة اليونانية (KIPVEW) أي بمعنى (Todecide)²

¹ _بوزيد غلابي، مرجع سبق ذكره ،ص28.

² شوفي يوشاب ،اتصال الأزمة ودورها في إدارة الأزمات ،مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال ، كلية العلوم الانسانية جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي ، ص 9

ب. اصطلاحاً¹:

- تعرف الأزمة بأنها اضطراب الأوضاع العادية مما يستلزم التغيير السريع لإعادة التوازن .

- وهي ايضاً اللحظة الحرجة ونقطة التحول التي تتعلق بالمصير الإداري للمؤسسة ويهدد بقائها وغالباً ما تتزامن الأزمة مع عنصر المفاجئة مما يتطلب مهارة عالية لإدارتها والتصدي لها .

* تعريف إدارة الأزمة

- تعرف في الموسوعة الإدارية لمفهوم إدارة الأزمة بأنها المحافظة على أصول وممتلكات المنظمة وعلى قدرتها على تحقيق الإيرادات وكذلك المحافظة على الأفراد العاملين بها ضد المخاطر المختلفة وتشمل مهمة المديرين المسؤولين عن هذا النشاط البحث عن المخاطر المحتملة ومحاولة تجنبها أو تخفيف أثرها على المنظمة في حال عدم تمكنهم من تجنبها بالكامل و الأفضل هو نقل احتمال تعرض المنظمة الي وجهة مختصة في ذلك مثل شركات التأمين².

¹ وريدة خيلية، الاتصال الأزماتي وكيفية ادارته في المؤسسة، كلية الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 2019 ص16059/1.

² وريدة خيلية، مرجع سبق ذكره، ص

- هي الإجراءات الإدارية التي تتخذها المنظمات لتجنب أحداث متوقّعه أو تسيير أحداث مفاجئة من أجل التحكم فيها، والحد من مضاعفاتها ومن تكرارها وتحديد وجهتها بأقل جهد ووقت وتكاليف وتتضمن إدارة الأزمات الاتصال المستمر بكل الأطراف والجمع المستمر للمعلومات¹.

التعريف الإجرائي

إدارة الأزمات هي كيفية التغلب على الأزمات بالأدوات العلمية والإدارية المختلفة لإدارة الأزمات هو علم إدارة التوازنات والتكيف مع المتغيرات المختلفة وبحث آثارها في كافة المجالات.

* الاتصال الأزمات هو مجمل الآليات الاتصالية التي يتم وضعها للرد على تغير مفاجئ للرأي العام اتجاه صورة مؤسسة أو إدارة ما غالبا ما تتناقله وتغذيه وسائل الإعلام والاتصال²

8.: مستوى الدراسة

تتنمي هذه الدراسة إلي الدراسة الوصفية لأنها تعتمد على جمع البيانات والحقائق من خلال موضوعنا إستراتيجية الاتصال زمن الأزمات داخل المؤسسة العمومية اتصالات

¹ ناصر قاسمي ، مرجع سبق ذكره ،ص27

² مي عبد الله : المرجع سبق ذكره ،ص21

الجزائر ورقلة نموذجاً جائحة كورونا فإننا نحاول فهم ووصف ظاهرة إستراتيجية الاتصال داخل المؤسسة العمومية اتصالات الجزائر ورقلة في جائحة كورونا .

كما يعرفها محمد الحميد بأنها تلك الدراسة التي تقوم على وصف الأحداث والسلوكيات المختلفة والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف والتفصيل والاهتمام وكذلك أنماط في إطار غيرها والمؤسسات الإعلامية وتفسير العلاقة المتبادلة بين هذه العناصر والنظم علاقة فرضية يمكن اختيارها.¹

9. منهج الدراسة :

* أن أي بحث علمي لا يتم إلا بتوفر منهج يسير وفقه من أجل الوصول إلي النتائج موضوعيه ويعرف المنهج بأنه الطريق المؤدي إلي الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحد عملياته حتى يصل إلي نتيجة معلومة.² وهو الطريق الواضح الذي يسلكه الباحث من أجل تحقيق أهداف بحثه ويحدد استعماله حسب موضوع وإشكالية الدراسة وقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي ودراسة حالة .

¹ أحمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، طبعه، 2، عالم الكتب، 2003، ص.20.

² عبد الرحمن بدوي، منهاج البحث العلمي، وكالة المطبوعات، ط3، الكويت سنة 1977، ص.5.

تعريف المنهج الوصفي:

- عرفه كل من أحمد عبد الله ومصطفى أبو بكر المنهج الذي يقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها وأبعادها وتوصيف العلاقات بينهما بهدف الانتهاء إلي وصف علمي دقيق ومتكامل للظاهرة أو المشكلة يقوم على الحقائق المرتبطة بها¹

- هو محاولة الوصول إلي المعرفة الدقيقة والتفصيلية لعناصر مشكلة أو ظاهرة قائمة للوصول إلي فهم أفضل أو وضع السياسات و الاجراءات المستقبلية الخاصة بها²

- يقوم على وصف ظاهرة من الظواهر للوصول إلي أسبابها ولعوامل التي تتحكم فيها واستخلاص النتائج والتعميمات وذلك من أجل تجميع البيانات وتنظيمها وتحليلها³

تعريف منهج دراسة حالة :

- تعتبر بمثابة فحص دقيق ومعمق لوضع معين أو حالة معينه هي أن يمتد دراسة حالة واحدة بشكل مفصل وعميق عبر كل الطرق المناسبة والمتاحة. وقد يكون

¹ أحمد عبد الله، مصطفى محمود ابو بكر، البحث العلمي (تعريفه، خطواته، مناهجه، المفاهيم الاحصائية) ط1، الدار الجامعية تانيس، مصر سنة 2001، 2002 ص51.

² محمود سرحان علي محمود، منهج لبحث العلمي، ط3، دار صنعاء، سنة 2019، ص46.

³ محمود عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، الجامعة الاردنية، ط2، سنة 1999، ص56

هناك تنوع في أسئلة دراسة حالة الهدف يبقى الوصول إلي أكمل فهم يمكن للحالة الاجتماعية لمدرسة¹.

- أسلوب يقوم على جمع البيانات والمعلومات كثيرة وشاملة في حاله فرديه واحدة أو عدد من حالات يهدف الوصول إلي فهم أعمق للظاهرة المدروسة و مايشبها من ظواهر².

- تعتبر احد الأساليب البحث والتحليل الوصفي المطبقة في مجالات مختلفة وقد تكون حاله مدرسة شخصا، جماعه، مؤسسة مدينه³.

10. أدوات جمع البيانات

هي مجموعة الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات التي تساعد في تحقق أهداف بحثه وتستخدم ضمن منهج معين أو أكثر في البحث .

¹ ريماء ماجد، منهجية البحث العلمي، ط1، مؤسسة فريد ريش ابيروت بيروت، ص30 .

² ربحي مصطفى عليان وآخرون منهج وأساليب البحث العلمي، ط1، سنه2000، دار صفاء للنشر والتوزيع عمان، ص46

³ ملكة ابيض وآخرون منهجية البحث، دار الفقه، ص100

تعريف المقابلة

- عرفها عبد الرحمن ب عملية اتصال شخصي لفظي فعال يقوم على الثقة، تجري بين الباحث وبين احد افراد عينه البحث ،بهدف الحصول على البيانات تساهم في تحديد جوانب المشكلة البحث بصورة عميقة ودقيقه وواضحة وإيجاد الحلول المناسبة¹

- هي محادثه موجهة بين الباحث والشخص أو. أشخاص آخرين بهدف الوصول إلى حقيقة موقف معين يسعى الباحث للتعرف من أجل تحقيق أهداف الدراسة²

- هي مجموعه من الأسئلة والاستفسارات و الإيضاحات التي يطلب الإجابة عليها التعقيب عليها وجها لوجه بين الباحث و الأشخاص المعنيين بالبحث أو العينة الممثلة لهم.³

- هي لطريق للحصول على بيانات ذاتية في عالم القديم والاتجاهات والمفاهيم الاجتماعية كما أنها وسيله للتعرف على الحقائق و الآراء والمعتقدات التي قد تختلف من فرد لآخر⁴.

¹ وائل عبد الرحمن النثل، عيس محمد فحل، البحث العلمي في العلوم الانسانية والاجتماعية، ط2، دار الحامد عمان الاردن، سنه 2007، ص73

² ربحي مصطفى عليان، البحث العلمي اسسه مناهجه وأساليبه اجراءته، بيت الافكار الدولية عمان، ص103

³ عامر قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، دار الباروري العلمية، ط1، سنه 1999، ص168

⁴ فاطمه عوض صابرو اخرون، اسس ومبادئ البحث العلمي، ط1، سنه 2002، مكتبه ومطبعه الإشعاع ألفتنيه، ص121

لقد قمنا بإجراء المقابلة مع القائم بالعلاقات العامة في المؤسسة ورئيس المركز حيث أتاحت لنا هذه المقابلة فرصة التعرف على وضع المؤسسة بشكل واضح لتماشى مع وضع الأزمة وكذا شرح مفصل للأستراتيجية الاتصالية المتبعة وقد تما كذلك تزودنا بمجموعة من المعلومات الخاصة بالمؤسسة من تاريخها والخدمات التي تقدمها .

تعريف الاستبيان :

- هو المرشد الذي يوجه المقابله التي تقع بين الباحث والمبحوث أن يحدد مسارها ويعتمد موضوعياتها ويشخص طبيعة المعلومات التي يمثلها الباحث على المبحوث وتحمل الاستمارة الإستبانة مادة على شكل مجموعة من الاسئلة يعطي بعض. مفتوحة وبعض مغلقة¹.

- هو أحد الوسائل لجمع المعلومات عن مشكلة البحث ويكون الاستبيان على شكل أسئلة مختارة لتجيب عليها العينات المختارة².

- هو قائمة تتضمن مجموعة من الأسئلة معدة بدقه ترسل عدد كبير من الأفراد المجتمع الذين يكونوا العينة الخاصة بالبحث³.

- هو مجموعة من الأسئلة يتم الإجابة عليها من قبل المفحوص بدون مساعده الباحث الشخصي او من يقوم به مقامه⁴⁵.

¹ محمد جمال فار، معجم المصطلحات الاعلامية، دار أسامه للنشر والتوزيع الأردن عمان ،سنة2014، ص29

² محمود محمد الجراح، أصول البحث العلمي، ط2، دار الراهية للنشر ولتوزيع ،ص49

³ مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لاعداد الرسائل الجامعية ، ط1، مؤسسة الوراق سنة2000. ص165

⁴ زياد علي الجرجاوي، قواعد المنهجية لبناء الاستبيان ، مطبعه البناء الجراح فلسطين، سنة2010، ص17

- انه أداة لجمع البيانات للمتعلقة بموضوع البحث محدد من طريق استمارة يجرى تعبئتها من قبل المستجيب ويستخدم لجمع المعلومات⁵.

اشتملت على 27 سؤالاً، تضمنت هذه الأسئلة 3 محاور تجيب على تساؤلات الدراسة، إضافة إلى بيانات الشخصية.

المحور الأول: واقع الإستراتيجية الاتصالية لمؤسسة اتصالات الجزائر

و احتوى على 6 أسئلة من سؤال رقم إلي سؤال رقم 12

المحور الثاني تأثير أزمة كورونا على الإستراتيجية الاتصالية في مؤسسة اتصالات

الجزائر و احتوى على 7 أسئلة من سؤال رقم إلي السؤال رقم 19

المحور الثالث الإجراءات الاتصالية المتخذة لمواجهة أزمة كورونا

احتوى على 8 أسئلة من سؤال رقم 20 إلي السؤال رقم 27

إجراء صدق المحكمين:

وقد تم عرض الاستمارة الأولية على ثلاثة الأساتذة لتبيين مدى توافق محاور وأسئلة مع

أهداف وإشكالية الدراسة وهم:

⁵ عبد الرحمن بن عبد الله الواصل، البحث العلمي خطواته ومراحله أساسياته ومناهجه وأدواته ووسائله و أصوله

وكتابه، سنة 1999، ص 67

أستاذ أ: 1

كانت نسبة الموافقة على أسئلة الاستبيان 70%

- نسبة إلغاء الأسئلة 4%

- نسبة الأسئلة المصححة 26%

أستاذ ب: 2

كانت نسبة الموافقة على أسئلة الاستبيان 89%

- نسبة إلغاء الأسئلة 0%

- نسبة الأسئلة المصححة 11%

أستاذ ج: 3

كانت نسبة الموافقة على أسئلة الاستبيان 100%

- نسبة إلغاء الأسئلة 0%

- نسبة الأسئلة المصححة 0%

¹ محمد الطيب الزاوي

² عبد القادر بودربالة

³ عبد القادر قنوز

11. المدخل النظري للدراسة:

لقد اخترنا نموذج النموذج المتوازن لإدارة اتصالات الأزمة دون آخر لكي تسلط الضوء على المراحل التي تمر بها المؤسسة من أجل التعامل مع الأزمة وإيجاد حلول لها حيث تمثل أول مرحلة إدارة القضية : وتتمثل في التعرف على أزمة كورونا كأول خطوة من المسؤول في اتصالات الجزائر ، أما الخطوة الثانية فهي التخطيط من أجل المنع : و تتمثل في إدراج مؤسسة اتصالات الجزائر لاستراتيجية اتصالية تحاول من خلالها تماشي مع أزمة كورونا أما الخطوة الثالثة فهي إدراج فريق إدارة يتعامل مع وسائل الإعلام ، حيث خصصت مؤسسة اتصالات الجزائر فريق يتعامل مع زبائنها عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي وذلك من أجل التعامل مع الزبائن وتقديم خدماتها المتعددة. فهذا النموذج يبرز المراحل التي تمر بها المؤسسة لتعامل مع أزمة كورونا وتماشي معها .

* النموذج المتوازن لإدارة اتصالات الأزمة :

حيث طور المؤلفان هيريرو و برأت نموذج يسعى إلي التعامل مع الأزمات في المراحل المختلفة في إدارتها وأطلقا عليه النموذج المدمج المتوازن لاتصالات الأزمة وذلك من خلال أربعة خطوات رئيسية تتمثل في :

1_ إدارة القضايا : وتمثل أول خطوة أمام المسؤولية عن اتصالات الأزمة

2_التخطيط من أجل المنع : ويتم في هذه المرحلة استحداث سياسة وقائية للقضية وإعادة تحليل علاقات المؤسسة بجمهورها المتعددة .

3_ الأزمة وفي هذه المرحلة تتخذ المؤسسة مجموعة الإجراءات منها تكوين فريق إدارة والمتحدث الرسمي الذي يتعامل مع وسائل الإعلام وتدريبه.

4- ما بعد الأزمة : وفيها تحاول المؤسسة تحسين صورتها لدي الجمهور و العمال

على عودتها كما كانت قبل الأزمة .¹

12. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

مجتمع البحث

_ هو مجموعه من الواحدات الإحصائية المعرفة بصورة واضحة والتي يراد منها

الحصول على بيانات²

_مجتمع البحث هو جميع مفردات موضوع الدراسة والتي نزيد معرفه حقائق عنها سواء

كانت في شكل إنسان أو حيوان جماد³

العينة :

¹ أمال عساسي قراءة نظرية في المناهج الاتصالية والإدارية، كلية علوم الاعلام و الاتصال، الجزائر ، 2019، ص 11/12

² رحيم يونس كرو العزواي، منهج البحث العلمي، ط1، دار دجلة عمان للنشر والتوزيع، سنه_2008 ص166

³ محمد جلال غندور، البحث العلمي والنظرية والتطبيق ، ط1 دار الجواهر للنشر والتوزيع، سنه2015، ص82

_ هي ذلك الجزء من المجتمع التي تجرى اختيارها وفق قواعد وطرق علميه بحيث تمثيلا
صحيحا⁴

_ العينة أنها مجموعه جزئيه من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقه مناسبة وإجراء
الدراسة عليها ومن تم استخدم تلك النتائج وتعميمها كامل مجتمع الدراسة الأصلي¹
وقد اعتمدنا في مجال دراستنا على العينة القصدية حيث تم اختيارها لتوفر ووجود
خصائص لأفراد العينة وقد وزعنا في هذه الدراسة 50 استمارة على عمال المؤسسة
اتصالات الجزائر

عرفتها كل من فاطمة عوض وميرفت خفاجة بأنها العينة القصدية التي يعتمد الباحث
فيها أن تتكون من و احداث معينة اعتقادا منه أنها تتمثل المجتمع الأصلي خير تمثيل،
فالباحث في هذه الحالة قد يختار مناطق محددة تتميز بخصائص ومزايا إحصائية تمثليه
للمجتمع وهذه تعطي نتائج أقرب ما تكون إلي النتائج التي يمكن أن يصل إليها الباحث
بمسح المجتمع كله.²

⁴ بوحوش عمار وآخرون، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات
الاستراتيجية والسياسة والاقتصادية برلين، ألمانيا، ط1، سنة 2019، ص66

¹ عبد الله محمد الشريف، مناهج البحث العلمي، دار الشعاع للطباعة الاسكندرية مصر، ص167

² فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، مرجع سبق ذكره، ص196

13. مجالات الدراسة

يعتبر المجال بأنه الحيز الكلي الذي تعمل فيه مجموعة من القوى حيث تحدد مجالات

الدراسة في ثلاث مجالات وهي كالتالي

(أ) المجال المكاني للدراسة :

تتم إجراء هذه الدراسة في اتصالات الجزائر ورقلة حيث تقع المديرية العامة لاتصالات الجزائر في شارع الامير عبد القادر بتحديد شارع روابح عبد الرحمان بالقرب من مركز البريد الواحات يحدها غربا بريد الواحات أما شرقا فتحدها الوكالة الفرعية لموبليس وشمالا بنك التنمية المحلية BDL وجنوبا المحكمة الكبرى .

وقد تم اختيار مجموعة من العمال إضافة إلى سهولة إجراء الجانب الميداني وريح الوقت وسهولة توزيع الاستمارة.

(ب) المجال الزمني:

ويقد بالمجال الزمني الفترة المستغرقة في إجراء هذه الدراسة حيث أنجزتها خلال العام الدراسي 2021/2020 أي بداية من شهر جانفي حيث كانت البداية بالإطار المنهجي، أما التطبيقي فقد تم المشروع فيه من شهر مايو وذلك من خلال تصميم استمارة الاستبيان وعرضها على الأستاذة المشرفة لتصحيح الأخطاء وإعادة هيكلتها في شكلها النهائي ليتم التحول بها إلى الميدان بصفه نهائيا ابتداء من أواخر أيام شهر مايو

وتوزيعها على جميع أفراد العينة البحث، وبعد ذلك ستراجعها وتفريغها ثم جدولتها وتحليلها إحصائياً، ثم التعليق عليها وفي الأخير استخلاص نتائج البحث إلى غاية شهر جوان.

ج) المجال البشري :

إن محور هذه الدراسة هو معرفة إستراتيجية الاتصالية زمن الأزمات داخل المؤسسة العمومية في ظل أزمة كورونا وبذلك فإن مجتمع البحث وعينه الدراسة هم عمال اتصالات الجزائر ورقلة ، وقد حولنا في دراستنا هذه توزيع الاستمارة على أفراد العينة

14. الدراسات السابقة:

1-14/ الدرسة الأولى:

شوقي بوشارب (2015، 2014)

دراسة تحت عنوان اتصال الأزمة ودورها في إدارة الأزمات، مديرية الحماية المدنية لولاية أم البواقي، تخصص اتصال وعلاقات عامة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال.

*هدفت هذه الدراسة على محاولة التعرف على دور الاتصال بمختلف أشكاله ولاسيما اتصال الجماهيري في إدارة الأزمة وبرز دور كل الموظفين الوقائية والعلاجية قبل وأثناء الأزمة.

* حيث تناولت هذه الدراسة الإشكالية العامة التالية فيما يبرز دور اتصال الأزمة في إدارة

الأزمات بمديرية الحماية المدنية بولاية أم البواقي ؟

* فتفرعت ضمن الإشكالية مجموعه من التساؤلات التالية

1/ فيما تكمن أهمية الاتصال بمختلف إشكاله في إدارة الأزمات في مديرية الحماية

المدنية؟

2/ ما هو الدور الذي تقوم به وسائل الاتصال الجماهيري في إدارة الأزمات بمديرية

الحماية المدنية؟

3/ كيف يتم التخطيط لإدارة الأزمة ومواجهتها في مديرية الحماية؟

* اعتمد الباحث على الدراسة المسحية والتي تستند إلي المنهج الوصفي وذلك عن طريق

المسح بالعينة حيث سمح المنهج الوصفي بوضع تصور دقيق والوقوف على دور

الاتصال في الإدارة الأزمات بمديرية الحماية المدنية لولاية أم البواقي . كما اعتمد الباحث

على المقابلة والملاحظة كأداة جمع البيانات.

* فالعينة فاعتمد على اختيار مفردات عينه المبحوثين بطريقة قصديه والمتمثل عددهم في

8 مفردات من الكوادر وذلك بعد الاحتكار بمختلف المصالح والمكاتب التي تتبعها

الحماية المدنية. وحصوله على المعلومات مناسبة عن طريق الملاحظة.

*ومن أهم النتائج:

- اثبت أن للاتصال الداخل والخارج بالمديرية دور بالغ الأهمية في عملية التنسيق بين مختلف معلومات و البيانات المرسله والمستقبله والتي من شأنها المساهمة في إدارة الأزمات باحترافية وفاعلية

- إن رسائل الإعلام تساهم بشكل كبير في أخبار وتذكير المواطنين من أخطار يمكن التعرض لها و الاجراءت اللازم إتباعها لمنعه أو تخفيفه نظرا للخطا التي تمتاز بها عن غير من إمكانية الوصول إلي أكبر عدد ممكن من الجمهور وفي ظرف قياسي.

- أن الخطة المنتهجة لإدارة الأزمات تحدد حدود المسؤوليات وتنظم علاقات المؤسسات مع بعضها البعض لتسهيل انجاز المهام الموكلة على عاتق كل جهاز من الأجهزة المعينة بإدارة الأزمة ومدى براعة وتنظيم الخطط المنتهجة في إدارة أي نوع من الأزمات الممكنة الحدوث.

2-14/ الدراسة الثانية

أخيارهم عبد الله أحمد (2012،2013)

*دراسة تحت عنوان التخطيط الاستراتيجي لإدارة الأزمات .دراسة لنموذج أزمة شركة تويوتا، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسة والعلاقة الدولية، تخصص السياسة العامة و الإدارة المحلية

*هدفت هذه الدراسة على التعرف مفهومي التخطيط الاستراتيجي وإدارة الأزمات

*حيث تناولت هذه الدراسة الاشكالية العامة التاليه ما هي اهمية التخطيط الاستراتيجي في مواجهة الازمات والمخاطر التي تتعرض لها المؤسسة وكيف ساهم في مواجهة أزمة تويوتا.

*فتفرعت الاشكالية ضمن مجموعه من التساؤلات الفرعية التالية:

1/ماذا تعني بالتخطيط الاستراتيجي؟

2/ما هي آليات مواجهة الازمة؟

3/كيف يمكن التخطيط لمواجهة الازمة؟

4/فيما تتمثل طبيعة أزمة تويوتا؟

5/كيف تم التخطيط لمواجهة أزمة تويوتا؟

*أعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي التحليلي الذي يصف متغيرات الدراسة والتي هي التخطيط الاستراتيجي و إدارة الازمة ومن تم تحليل هذه المتغيرات الرئيسيه

والتابعة للوصول الي نتائج الدراسة ومنهج دراسة حالة من خلال اخذ نموذج ازمة تويوتا وكيف تم التخطيط لمواجهة هذه الازمة.

***ومن اهم النتائج:**

1_إن للتعامل في ادارة الازمة هو السبيل الوحيد للخروج من الأزمة أو التحاشي عن معظم أثارها سلبية .

2_أن نجاح ادارة الازمة يعني العمل على تجسيد سياسة طويلة الاجل تكون قادرة على منع توسع الازمات قبل تفقاهما.

3-14/ الدراسة الثالثة:

حورية محلاوي(2015،2013)

دراسة تحت عنوان تكنولوجيا المعلومات وإدارة الازمات في الجزائر، نموذج أزمة الجزائر مصر الكروية 2009 ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال ،تخصص اتصال الازمات.

*هدفت الباحثة في هذه الدراسة على محاولة البحث في العلاقة البديله بين تكنولوجيا المعلومات وإدارة المعلومات

* حيث تناولت هذه الدراسة الاشكالية العامه التالية كيف ساهمت تكنولوجيا المعلومات في إدارة أزمة نوفمبر 2009 بين الجزائر ومصر.

*فتفرعت ضمن هذه الاشكالية مجموعة من التساؤلات التالية:

- ما هو الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات في إدارة الازمة نوفمبر 2009 ؟

- ما هي أسباب وتداعيات أزمة الجزائر المصريه نوفمبر 2009 ؟

- هل تعتبر تكنولوجيا المعلومات عاملا مباشرا في عمليه اتخاذ القرارات؟

*اعتمدت الباحثة على منهج دراسة الحالة على أنه المنهج الذي يتجه الي جمع البيانات العلمية،لدراسة الازمة الجزائرية المصريه الكورية أثناء الازمة نوفمبر 2009 وذلك بالوصف والتحليل وجمع الحقائق والمعلومات المتعلقة بالموضوع الدراسة.

*كما اعتمدت على طرق جمع البيانات كالاستبيان:

*اما العينه تمثلت من متعاملي الهاتف النقال جيزي والمتمثلة في عينه من طلبه قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة الجزائر 03 وتكونت العينه من 200 استمارة

*ومن أهم النتائج:

- عدم امتلاكها لخطه وأزمات جاهزة وهو ما يتطلبه اتصال ألامه

- اغلبية الطلبة يعتبرون المعلومات التي كانت تبت حول الازمه على شبكة الانترنت من معلومات ناقصة اضافه الي كونها غير صحيحة وغير دقيقة.
- تصرف الشباب بوعي اتجاه الازمه والدليل على ذلك عدم الرجوع في اتخاذ قراراته رغم كل شي

4-14/ الدراسة الرابعة :

سعيد عمير (2018،2017)

دراسة تحت عنوان ادارة الاتصال في حالة الازمات لمستهدفه إعلاميا، حاله فرع التوزيع لشركه سونلغاز بقسنطينة، أطروحة مقدمه لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، كليه العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

*هدف هذه الدراسة على التركيز بشكل كبير ومفصل على إدارة اتصال الازمات المستهدفة اعلاميا بمختلف مراحلها.

*حيث تناول في هذه الدراسة الاشكالية العامة التالية ما هو الاسلوب المنتج من قبل فرع توزيع الكهرباء والغاز بقسنطينة بإدارة اتصاله خلال الازمات المستهدفة اعلاميا.

*فتفرعت ضمن هذه الاشكالية مجموعة من التساؤلات التالية:

1_ماذا نقصد بالأزمة.

2_ ما هي مختلف مراحل التي تمر بها الادارة الازمات.

3_ ما المقصود باتصال الازمات.

4_ ما هي مختلف المراحل التي تمر بها ادارة الاتصال نحو وسائل الاعلام.

*أعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي التحليلي لأنه الانسب لمعالجه الدراسة الاحصائية. الذي قام بها على مستوى الفرع، حيث وزع استمارة على 142 مفردة و ضمت هذه الاداة 28 فقرة ممكنه في 4 محاور بالإضافة الي الاستمارة استدنا على الملاحظة الشخصية وسلسله المقابلات كأداة جمع البيانات.

*ومن أهم النتائج:

_انه توجد إدارة اتصال محكمه لفرع توزيع الكهرباء والغاز بقسنطينة في حاله الازمات المستهدفة اعلاميا.

_يوجد استعداد اتصال لدى الفرع بمرحلة ما بعد الازمات المستهدفة اعلاميا.

14-5 جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة :

تم القيام بعرض بعض الدراسات السابقة التي لها علاقة بمتغيرات دراستنا (إتصال الأزمة، الإتصال، إدارة الأزمة ،الأزمة) وذلك من أجل جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات ومحاولة الإستفادة منها وتوظيفها في دراستنا الحالية. وقد تم تفاوت هذه الدراسات في أهدافها وفرضيتها وكذا نتائجها. وبعد الإطلاع عليها تبين لنا أن دراستنا تشابهت في اعتمادها على المنهج الوصفي وأدوات جمع البيانات الإستبيان .

أما أوجه الاختلاف من خلال الدراسات السابقة التي تم الاطلاع عليها فلم نجد دراسة تناولت متغيرات درستنا بصورة كاملة خاصة في زمن كورونا بأعتبره أزمة حديثة ولم يتم درستها مسبقا حسب علمنا .

خلاصة الفصل

في هذا الفصل تطرقنا للإطار المفاهيمي للدراسة من خلال طرح الإشكالية وتحديد أهمية وأهداف الدراسة. والتعرض للدراسات السابقة تم تحديد المفاهيم. وكذلك تطرقنا إلي الإجراءات المنهجية التي. سيتم إتباعها في الدراسة الميدانية

الفصل الثاني الجانب التطبيقي للدراسة

تمهيد:

تعتبر الدراسة الميدانية مكمله للدراسة المنهجية في إجراء البحوث الانسانية والاجتماعية، حيث تساعد الباحث للوصول إلي نتائج وحقائق تفسر وتكشف عن تساؤلات البحث وبالتالي تجيب عن تساؤلات الدراسة.

في هذا البحث سنتناول الجوانب التطبيقية الخاصة بدراستنا الميدانية والتي من خلالها سيظهر لنا ماهية إستراتيجية الاتصال داخل مؤسسة عمومية في ظل أزمة كورونا من خلال الاستبيان والمقابلة التي قمنا بها. حيث يدور الفصل بأكمله على عنصرين أساسين هما عرض وتحليل بيانات الدراسة ونتائج الدراسة ومناقشتها

البطاقة الفنية لمؤسسة اتصالات الجزائر فرع ورقلة :

1/ لمحة عن مؤسسة اتصالات الجزائر:

قبل صدور قانون 03-2000 كان سوق الاتصالات في الجزائر يعاني من تأخر في انتشار الهاتف , حيث لم يكن يتجاوز % مقابل 8 % في باقي دول المغرب العربي و 40 % في الدول المتقدمة بالإضافة إلى ذلك أكثر من نصف البلديات لم تكن موصولة بشبكة الاتصالات. كانت شبكات إعلام المؤسسات منعدمة تقريباً. كان عدد مستخدمي الانترنت ضعيفا جدا رغم وجود 61 مزود معتمد وآلاف مقاهي الانترنت وكانت شبكة التوزيع الهاتفي الحلقة الأضعف للشبكة معرقة بذلك الانتشار الواسع للانترنت.

كانت بنية الشبكة القوية والمتكاملة بسعة 2.5 Gbps أهم مكتسبات القطاع آنذاك و قد كانت شبكة اتصالات الجزائر من أهم الشبكات على مستوى الدول الناشئة.

أولاً: تاريخ تأسيس مؤسسة اتصالات الجزائر :

تم إنشاء اتصالات الجزائر التي اتخذت الشكل القانوني لشركة ذات أسهم لتعمل على سوق شبكات و خدمات الاتصالات الإلكترونية ميلادها منصوص عليه في القانون 03/2000 بتاريخ 5 أوت 2000 ، المتعلق بإعادة هيكلة قطاع البريد و الاتصالات الذي يفصل أنشطة البريد عن أنشطة الاتصالات.

بدأت اتصالات الجزائر نشاطها رسميا في 1 يناير 2003 ودخلت في عالم تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

أصبحت اتصالات الجزائر الممثل الرئيسي لتطبيق إستراتيجية إدخال التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال في الجزائر مؤكدة بالتالي مساهمتها التامة في بناء مجتمع المعلومات الجزائري وهذا من خلال توفير أكبر نفاذ لشبكة الاتصالات.

أ/ الإحصائيات :

- تجهيزات الزبائن 5,128,262
- عدد زبائن الهاتف الثابت 2,922,731
- الكثافة الهاتفية الإجمالية 8,91%

ب/ الشبكة التجارية :

- 171 وكالة تجارية للاتصالات .
- 110 ملحقة تجارية تابعة للوكالات التجارية .
- 212, كشك متعدد الخدمات .
- 4,425 هاتف عمومي .

ج/ شبكة الاتصالات :

الشبكة العمومية لإرسال المعطيات بالحزم أكس 25 تقدر ب6.206 وصلة أو نقطة (DZPACX25).

القاعدة الوطنية لإرسال المعطيات بقدرة 10 جيجا بيت و2.5 جيجا بيت و 80 جيجا بيت في قيد الإنجاز.

شبكة الراديو الريفي : 103 تدمج وتغطي أكثر من 1500 مدينة و961 بلدية مبروطة بالألياف البصرية.

د/ اتصالات الجزائر الفضائية:

- 47 محطة هرتزية محلية.
- 04 محطات دولية.
- 01 محطة ساحلية.

02 شبكة عبر الأقمار الصناعية.

1400 مشترك في الهاتف النقال عبر الساتل "التريا".

هـ/ أرقام الربط بالمؤسسات:

ربط 11.148 مؤسسة تربية بشبكة الهاتف والانترنت من إجمالي 21.233 مريبط
3023 مكتب بريدي بشبكة المعلومات من إجمالي 3282 مكتب بريد على مستوى
الوطن.

و/ التسيير التقني للشبكة:

معدل ربط الزبون بخط هاتفي جديد 08 أيام على الأكثر.

معدل لتسوية التعطيلات :0.8 أي ما يعادل تعطل في كل سنة.

ز/ الشبكة الدولية:

الشبكة الدولية تتضمن روابط تحت البحار بالألياف البصرية تربط الجزائر بالشبكة الدولية

للاتصالات ال نهيانسلكية واللاسلكية ALPAL II + SEA ME IV

ثانيا: اتصالات الجزائر موبيليس الهاتف النقال

10 ملايين مشترك بخدمات الهاتف النقال موبيليس.

إسهامات الشركة :

أ / الشبكة الوطنية:

تم إدخال الألياف البصرية إلى الجزائر في سنة 1987، و قد كانت التكنولوجيا الرئيسية التي أسست عليها الشبكات ذات المسافات الطويلة، سواء كانت وطنية أو دولية.

قبل سنة 2000، كان طول الشبكة الأرضية للألياف البصرية 7244 كم، تم وصلت إلى 15.000 كم في 2003 لتضم إلى منتصف 2013 ، 47.000 كم.

من 2.5 Gbps في سنة 2000، وصلت سعة شبكة الاتصالات اليوم إلى 350 Gbps في الشمال و 120 Gbps في جنوب البلاد.

تهدف خطة عمل اتصالات الجزائر لسنة 2014 إلى تحديث شبكتها الذي لا يكون ممكنا

إلا من خلال تكثيف الألياف البصرية لإمكانية جمع شبكات الصوت والمعطيات معا

على المستوى الوطني وأيضا تعميم استعمال الألياف البصرية على مستوى المدن وذلك

بتغيير الكوابل النحاسية القديمة و المكلفة التي تعتبر المصدر الرئيسي لتراجع مستوى

جودة الخدمة.

وتجدر الإشارة أنه في إطار خطة التطوير لسنة 2014، سيتم ربط نحو 2200 بلدية التي يفوق عدد سكانها 1000 نسمة بالألياف البصرية. تقدر المسافة الكلية بعد هذا الربط ب 23.935 كم.

ب/ الشبكة الدولية :

من أجل نقل خدمات الصوت و المعطيات تتكون الشبكة الدولية لاتصالات الجزائر من روابط تحت مائية وأرضية وفضائية.

ونظرا للطلب المستمر للانترنت ذات التدفق السريع والانترنت الفائق والسرعة عرفت الصلة التحت مائية ALPAL2 التي تربط الجزائر العاصمة ببالما في 2007 زيادة من 2.5 Gbps إلى 10 Gbps.

توفر الصلة التحت المائية الثانية SMW4 التي تربط عنابة ومرسيليا وسنغافورة فرص متنوعة في ما يتعلق بالقدرات ونقاط النزول المحتملة والمتعددة التي تسمح

بوضع عروض مختلفة بخصوص الصوت والانترنت.

زيادة إلى الصلات التحت مائية، تستعمل اتصالات الجزائر صلات أرضية وفضائية للحفاظ على علاقاتها الخمسة عشر المباشرة لتصل من خلالها إلى باقي العالم. ولتطوير شبكة الاتصالات والدولية قامت اتصالات الجزائر بإطلاق مشروع الصلة الثالثة بالألياف البصرية بين وهران وفالنسيا (اسبانيا).

من ناحية أخرى ومن أجل الاستغلال الأمثل للروابط على الصعيد الدولي و نقل الاتصالات الدولية الموجهة إلى الجزائر، تخطط اتصالات الجزائر لإنشاء نقاط تواجد بأوروبا. حيث تأسست أول نقطة في سنة 2011 بمرسيليا بالتعاون مع الشريك ISLALINK الذي أسس فرع

3.267.183 في شهر مارس 2013، أي زيادة قدرها 57 %.

ج/ الإنترنت:

عرف مجال الإنترنت تقدما إيجابيا في عدة ميادين و قد ورد في تقرير محاضرة الأمم المتحدة حول التجارة والتطور (تقرير الإعلام الاقتصادي 2009، الاتجاهات و التوقعات)، أنه تم تصنيف الجزائر من بين الدول الإفريقية الخمسة التي تجمع 90 % من مشتركي الانترنت ذو التدفق السريع إلى جانب المغرب وتونس ومصر وجنوب إفريقيا.

وقد كان هذا نتيجة عدة عمليات تحسين وتطوير و تنظيم وبذل مجهودات كثيفة من أجل تطوير وتوسيع شبكات الاتصالات الوطنية والدولية. وبالفعل منذ سنة 2008، تم ربط 1541 بلدية بالانترنت بفضل شبكة الانترنت ذو التدفق السريع وهذا ما سمح بوصل المنازل والشركات ومقاهي الانترنت بهذه الخدمة حيث ارتفعت نسبة توفر الانترنت ذو التدفق السريع في المنازل من 1 % في 2005 إلى 20 % في 2013.

عرف النطاق الترددي الدولي الذي كان محدودا برابطين من 34 Mbps تطورا تدريجيا منذ 2004 ليصل بعدها إلى 5 Gbps في 2005 تم 10.8 Gbps في 2007 تم 48 Gbps في 2010 ليصل اليوم إلى 131 Gbps و هذا بتتويج على مستوى الرابط الدولي ALPAL2، SMW4 ومزودين دوليين للانترنت (France Telecom و Telecom Italie وغيرها).

فيما يتعلق بعدد أجهزة الانترنت ذو التدفق السريع فلقد انتقلت من 56.000 في 2005 إلى 1.309.454 في نهاية شهر مارس 2013 إضافة أنه مع انتشار شبكة الجيل الجديد من نوع MSAN، تم تشغيل 682540 خط، من بينها 50 % تخص الانترنت ذو التدفق السريع ADSL2+.

فيما يتعلق بعدد زبائن الانترنت ذو التدفق السريع فلقد انتقل من 178.707 زبون في نهاية 2007 إلى 1.188.201 في مارس 2013 حيث 60 % منهم يستفيد من خدمة الانترنت ذو التدفق السريع مع مودم WIFI

لقد زاد الطلب على خدمة الانترنت خاصة في سنة 2008 عندما أجريت تخفيضات قدرها 50 % على مجموعة عروض اتصالات الجزائر الخاصة بالانترنت ذو التدفق السريع.

في سنة 2003، كان أقصى تدفق الاتصالات على الشبكة الهاتفية هو 64 Kbps. أما اليوم فيمكن أن يصل إلى 20 Mbps مع تكنولوجيا ADSL2+ كما تستطيع الشركات اختيار تمديد شبكاتها مع توسيع إمكانية التوصيل بالألياف البصرية التي تصل إلى 10 Gbps.

د/ شبكات الشركات:

تم تشغيل أكثر من 83.000 رابط انترنت ذو التدفق السريع لهؤلاء الزبائن 55 % للانترنت ذو التدفق السريع ADSL و SHDSL و 39 % منها وصلات متخصصة. انتقل عدد الوصلات المتخصصة المقدمة للمؤسسات و الشركات من 19.000 في 2005 إلى 32.500 في 2013 أي زيادة قدرها 71 % خلال هذه الفترة. وصلات X25 ذات التكنولوجيا القديمة لا تمثل إلا 5 % من هذه الروابط كما قد تم وضع برنامج لإيقاف هذه التكنولوجيا و تحويل الزبائن إلى تكنولوجيا جديدة في بداية سنة 2013.

هـ/ الشبكة التجارية:

منذ نشأة اتصالات الجزائر، تم تقوية الشبكة التجارية من سنة إلى أخرى للتقرب من الزبائن. لدينا اليوم 341 وكالة تجارية مقابل 225 وكالة في 2005.

و/ الموارد البشرية:

في سنة 2003، كان لاتصالات الجزائر 20.845 عامل مع نسبة تأطير ضعيفة جدا لا تتجاوز 2 %

أما اليوم و بعد عشر سنوات، لدينا 5.879 إطار و إطار سامي من بين 21.357 موظف بنسبة تأطير قدرها 27 %.

فيما يخص الجهود الرامية إلى تحسين كفاءة الموارد البشرية، انتقل عدد المكونين من 1400 موظف مكون في 2003 إلى 5.029 في 2012 ثم أكثر من 8.000 موظف مبرمج تكوينهم إلى نهاية 2013 حسب الأهداف المحددة في إطار خطة العمل.

منذ نشأتها، وظفت اتصالات الجزائر 11.447 عاملا من جميع الفئات. من بينهم 3121 في إطار أنظمة الدعم للإدماج المهني.

ثالثا: تعريف مديرية اتصالات الجزائر بورقلة : _____

هي المديرية الإقليمية بورقلة تهتم مجملا بجميع الفروع على مستوى الجنوب الشرقي والتي تأسست سنة 2003م والتي كانت مجملة تحت وزارة واحدة هي وزارة البريد و المواصلات قبل ان تقسم وفي وقتنا الحالي تم عزل كل من البريد عن الاتصالات وأصبح اسمها اتصالات الجزائر.

وتنظم في هيكلها أربع (4) وكالات تجارية اثنتان (2) منها بمدينة ورقلة وواحدة (1)

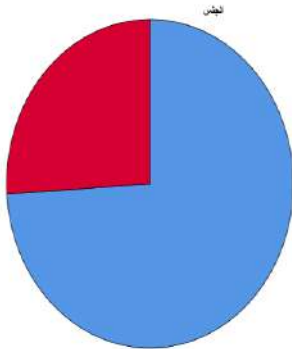
موجودة بمنطقة حاسي مسعود ، وواحدة (1) بمنطقة البرمة التي تنظم في هيكلها

526 عامل في المؤسسة وبذORAN

2/ تحليل وعرض بيانات الدراسة :

المحور الأول: البيانات الشخصية:

الجدول رقم(1): يوضح افراد عينة حسب متغير الجنس



الفئات	التكرار	النسبة
ذكر	37	74
أنثى	13	26
المجموع	50	100

الشكل رقم 1: يوضح توزيع العينة حسب متغير الجنس

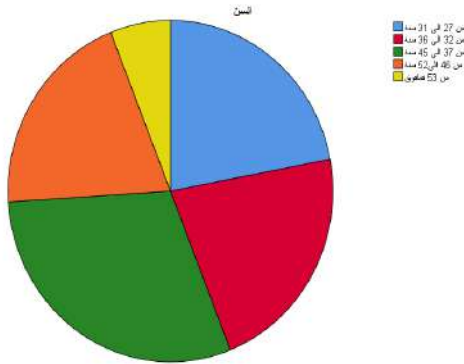
من خلال الجدول رقم(1) يبين أن توزيع العينة حسب الجنس ونلاحظ من خلاله نسبة

الذكور تفوق نسبة الإناث وهي كالتوالي %74 ذكور والإناث %26 ما يدل على كفاءات

الذكور في مجال العمل. وذلك ما يتميز به الذكور على الإناث من خبرات وقدرات ومنه

نستنتج أن فئة الذكور هي الفئة الغالبة في مؤسسة اتصالات الجزائر.

الجدول رقم 2: يوضح توزيع العينة حسب متغير السن



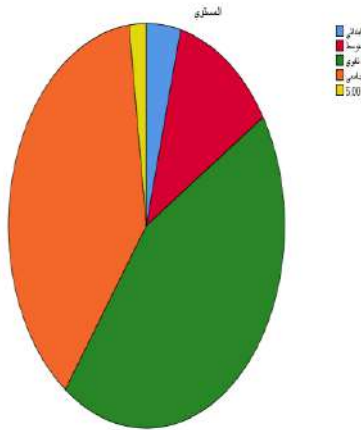
النسبة	التكرار	السن
22%	11	من 27 الي 31 سنة
22%	11	من 32 الي 36 سنة
30%	15	من 37 الي 45 سنة
20%	10	من 46 الي 52 سنة
6%	3	من 53 فما فوق
100	50	المجموع

الشكل رقم 2: يوضح توزيع خصائص العينة (السن)

جدول رقم (2) يوضح توزيع العينة حسب متغير السن

ونلاحظ أن الفئة العمرية التي تتراوح بين 37 إلى 45 سنة تمثل أعلى نسبة حيث قدرت ب نسبة 30% وتليها السن من 27 إلى 31 ومن 32 إلى 36 وذلك بنسبة 41,7% وتليها الفئة العمرية التي تتراوح من بين 46 إلى 52 سنة بنسبة 10% وتليها من بين 53 فما فوق بنسبة 6% ومن خلال النتائج المبينة أعلاه نستنتج أن الفئة العمرية التي تتراوح بين 37 إلى 45 أن لديهم الخبرة في العمل والتي تتحمل المسؤولية وان المؤسسة تعتمد عليها أكثر.

الجدول رقم (2): يوضح توزيع خصائص العينة (المستوى التعليمي)



المستوى التعليمي	التكرار	النسبة
إبتدائي	3	6%
متوسط	6	12%
ثانوي	22	44%
جامعي	19	38%
مجموع	50	100%

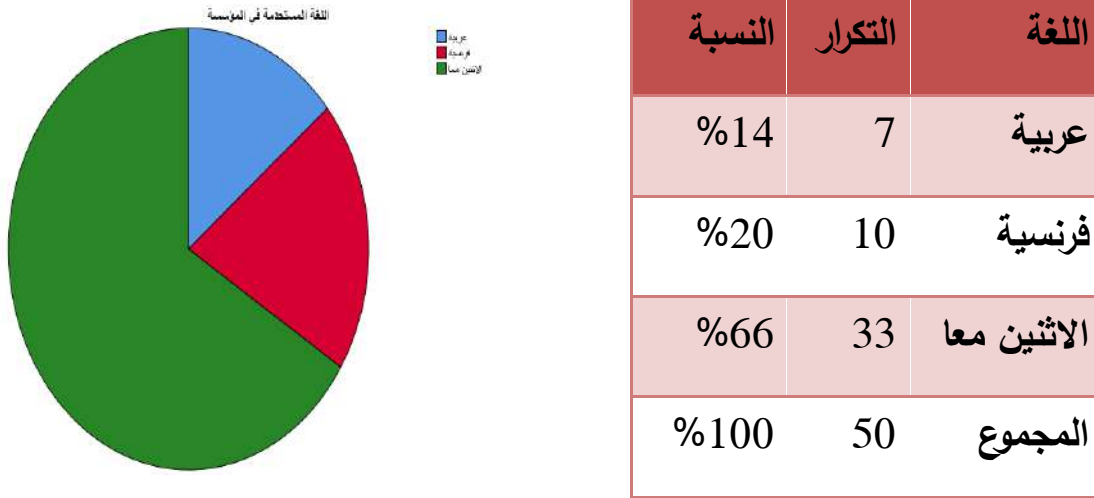
الشكل رقم 3: يوضح توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي

جدول رقم (3) يوضح توزيع خصائص العينة المستوى التعليمي

من خلال الجدول رقم(3) يبين توزيع خصائص العينة المستوى التعليمي ونلاحظ أن النسب أعلاه أن أغلب الأفراد حاصلين على مستوى ثانوي قدرت ب نسبة ،44%وتليها شكل الحاصلين على مستوى جامعي قدرت ب نسبة38% بينما الحاصلين على شكل إبتدائي نسبة 4% ومنه نستنتج أن أفراد المستوى الثانوي أكبر من الجامعي والسبب في

ذلك الظروف المعيشية وإخفاق في الدراسة

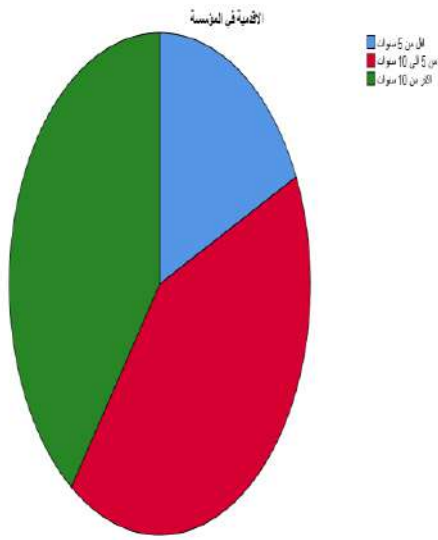
الجدول رقم: 4 يوضح توزيع اللغة المستخدمة



الشكل رقم 4: يوضح توزيع اللغة المستخدمة

من خلال الجدول رقم (4) يوضح توزيع اللغة المستخدمة في المؤسسة ونلاحظ أن أعلى نسبة اللغة المستخدمة الاثنين معا حيث قدرت ب نسبة 66% وتليها اللغة الفرنسية، حيث قدرت ب نسبة 20%، وتليها اللغة العربية قدرت ب نسبة 14% ومنه نستنتج أن المؤسسة كانت تستعمل اللغة الاثنين معا لأن يتطلب ذلك.

الجدول رقم 5: يوضح توزيع الأقدمية في المؤسسة



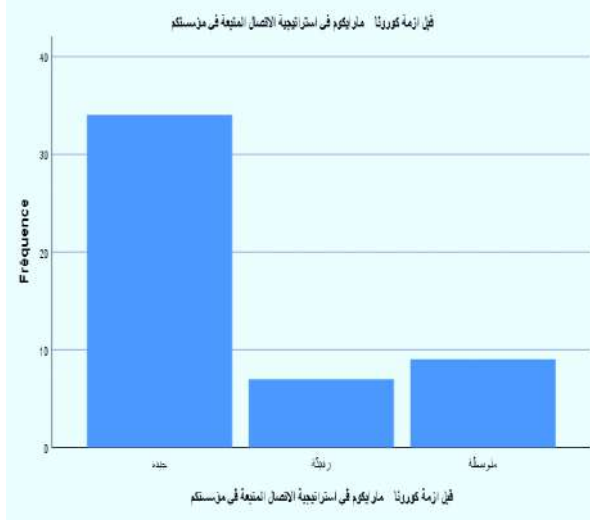
الخيارات	التكرار	النسبة
اقل من 5 سنوات	9	18,0%
من 5 الي 10 سنوات	21	42,0%
اكثر من 10 سنوات	20	40,0%
مجموع	50	100,0%

الشكل رقم 5: يوضح توزيع خصائص الأقدمية في المؤسسة

من خلال الجدول رقم (5) يوضح توزيع خصائص الأقدمية في المؤسسة ونلاحظ أن بالنسبة للخبرة العملية قد تبين أن نسبة 42% اصحاب على الخبرة ما بين إلى 10 سنوات ، بينما 40% اصحاب الخبرة أكثر من 10 سنوات، وتليها أصحاب الخبرة 18% أقل من 5 سنوات وتؤشر هذه النسبة إلى ضعف الفئة من أصحاب الخبرة الوظيفية العالية مما يدل على عدم استقرار الموظفين بصفه مستمرة في المؤسسة.

المحور الثاني: واقع استراتيجية الاتصالية لمؤسسة اتصالات الجزائر.

الجدول رقم 6: يوضح استراتيجية الاتصال المتبعة في المؤسسة.



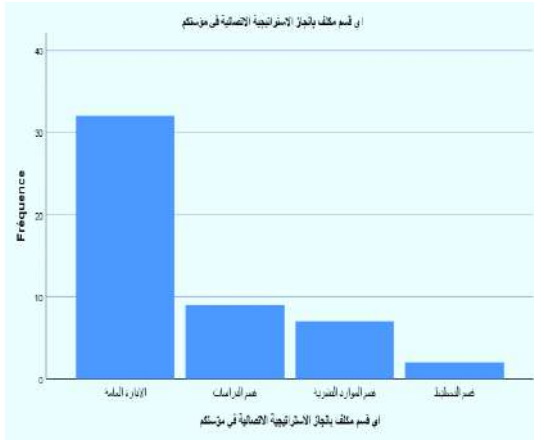
الخيارات	التكرار	النسبة
جيدة	34	68.0%
رديئة	7	14.0%
متوسطة	9	18.0%
المجموع	50	100.0%

الشكل رقم 6: قبل أزمة كورونا .مارأيكم في إستراتيجية الاتصال المتبعة في

مؤسستكم.جيدة_رديئة_متوسطة

خلال الجدول رقم (6) يبين توزيع إستراتيجية الاتصال المتبعة في المؤسسة ،نلاحظ أن 68% من الموظفين أجابو أن الاستراتيجية الاتصال المتبعة في المؤسسة كانت جيدة،في حين أن نسبة 18% من الموظفين أجابو بأن الاستراتيجية المتبعة كانت متوسطة،بينما أن نسبة 14% كانت رديئة،وهذا مايدل على حسن استراتيجية الاتصال على بشكل الدائم في المؤسسة،ومنه نستنتج أن المؤسسة إتصالات قبل أزمة كورونا كانت تؤدي العمل بشكل جيد ومتبع لأن إستراتيجية الاتصالية تعتبر أساس وطبيعة نشاط هذه المؤسسة

الجدول رقم 7: يبين قسم مكلف بإنجاز الاستراتيجية الاتصال في مؤسستكم



الخيارات	التكرار	النسبة
قسم الإدارة العامة	32	64.0%
قسم الدراسات	9	18.0%
قسم الموارد البشرية	7	14.0%
قسم التخطيط	2	4.0%
المجموع	50	100.0%

الشكل رقم 7: يبين قسم مكلف بإنجاز الاستراتيجية الاتصالية في مؤسستكم

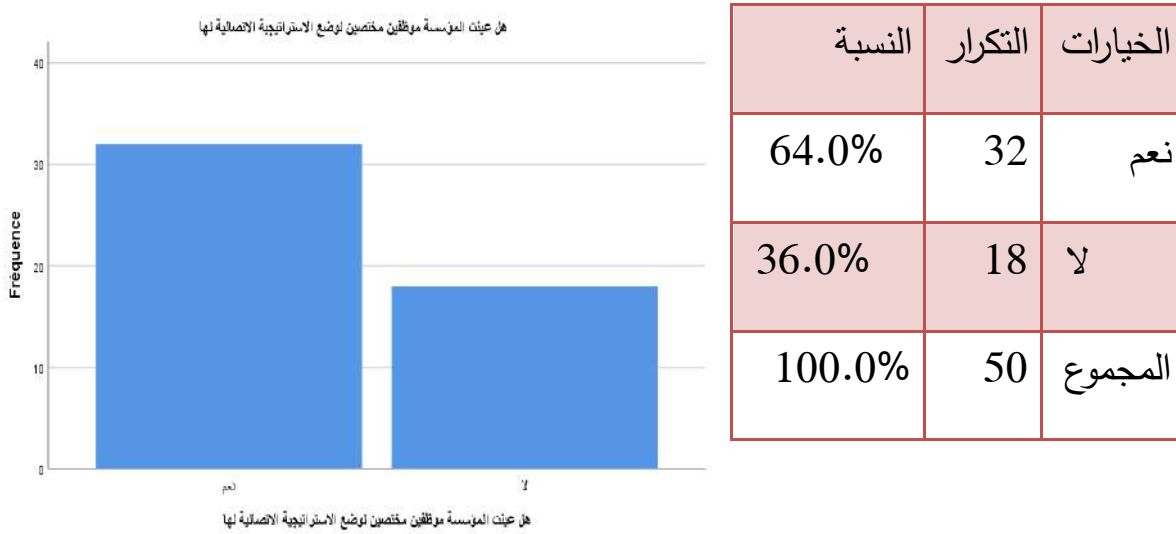
من خلال الجدول رقم (7) يبين قسم مكلف بإنجاز الاستراتيجية الاتصالية في مؤسستكم نلاحظ أن نسبة 64% مكلف بإنجاز الاستراتيجية الاتصالية هو قسم الإدارة العامة، وتليها قسم الدراسات حيث قدرت ب نسبة 18%، وتليها قسم الموارد البشرية قدرت ب نسبة 14%، بينما تليها قسم التخطيط حيث قدرت ب نسبة 4% ومنه نستنتج أن أعلى قسم الادارة العامة مكلف بإنجاز الاستراتيجية الاتصالية في مؤسسة هذا ما يدل على كفاءات وخبرات المخصصين للإدارة العامة.

وهناك الاجابات أخرى يبين أن 80% من الموظفين أن قسم الزبائن هو المكلف بإنجاز الاستراتيجية الاتصالية في مؤسسة، وتليها نسبة ب 20% من الموظفين أن قسم إتصالات

العامه هو المسؤول عن أنجاز الاستراتيجية الاتصالية ومنه نستنتج أن قسم الزبائن يمثل

اعلى نسبة وهذا راجع على طبيعة نشاط المؤسسة في خدمة الزبائن

الجدول رقم 8: هل عينت المؤسسة موظفين مختصين لوضع إستراتيجية الاتصالية لها



الشكل رقم 8: يبين تعيين المؤسسة موظفين مختصين لوضع إستراتيجية الاتصال لها

من خلال الجدول رقم (8) يبين تعيين المؤسسة موظفين مختصين لوضع إستراتيجية

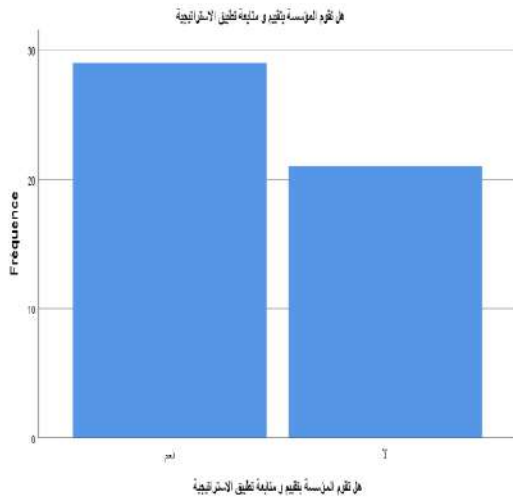
الاتصال لها نلاحظ أن الموظفون يؤكدون أن وضع مختصين استراتيجية لها قدرت

نسبة ب 64%، وتليها 36% نسبة الموظفين الذين أجابو ب لا ، ومنه نستنتج أن وضع

استراتيجية الاتصال للمؤسسة لها أهمية كبيرة وتعمل بالدرجة الأولى على إرضاء الزبون

وسد حاجاته

الجدول رقم 9: هل تقوم المؤسسة بتقييم ومتابعة تطبيق الاستراتيجية الاتصالية



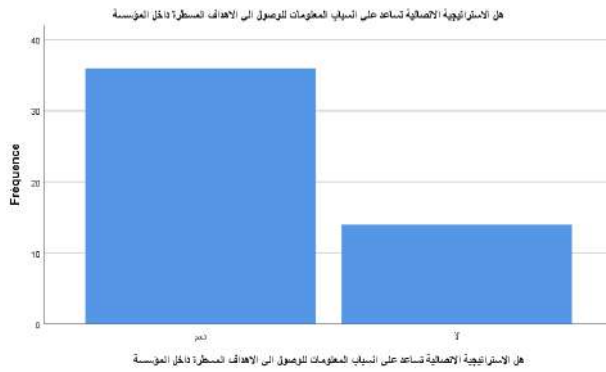
الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	29	58.0%
لا	21	42.0 %
المجموع	50	100.0%

الشكل رقم 9: يبين إجابات بإقامة المؤسسة بتقييم ومتابعة تطبيق الاستراتيجية الاتصالية

من خلال الجدول رقم (9) يبين إجابات بإقامة المؤسسة بتقييم ومتابعة تطبيق الاستراتيجية الاتصالية خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 58% من الموظفين يؤكدون على أن المؤسسة تقوم بتقييم ومتابعة تطبيق الاستراتيجية الاتصالية، ونسبة 42% من الموظفين يؤكدون عدم الموافقة على ذلك، ومنه نستنتج أن المؤسسة قامت بتقييم ومتابعة تطبيق الاستراتيجية الاتصالية مما يساعد على تغيير وجهات النظر الزبائن مما يؤكد على فعالية الموظفين بدرجة كبيرة وهذا للتواصل وتقديم الخدمات لزبائننا وحل مشكلات والعوائق التي

تواجهه مما يخلق نوع من الثقة والصورة الحسنه للمؤسسة وذلك من خلال الاستراتيجية الاتصالية المتبعة في المؤسسة.

الجدول رقم 10: هل الاستراتيجية الاتصالية تساعد على انسياب المعلومات للوصول إلى الأهداف المسطرة داخل المؤسسة



النسبة	التكرار	الخيارات
7.0%	36	نعم
28.0%	14	لا
100.0%	50	المجموع

الشكل رقم 10: يبين إجابات الاستراتيجية الاتصالية تساعد على انسياب المعلومات للوصول إلى الأهداف المسطرة داخل المؤسسة

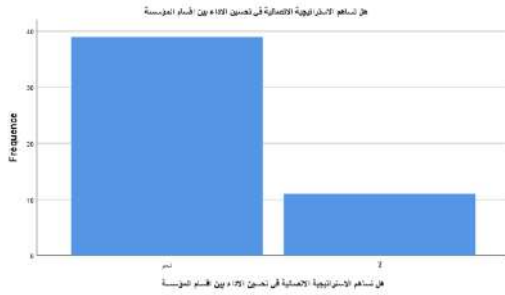
من خلال الجدول رقم (10) يبين إجابات الاستراتيجية الاتصالية تساعد على انسياب المعلومات للوصول إلى الأهداف المسطرة داخل المؤسسة من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 72% من الموظفين يؤكدون على أن الاستراتيجية الاتصالية تساعد على انسياب المعلومات للوصول إلى الأهداف المسطرة داخل المؤسسة، وتليها نسبة 28% يؤكدون

عدم الموافقة عكس على ذلك، ومنه نستنتج أن الاستراتيجية الاتصالية تساعد بشكل كبير

على انسياب المعلومات للوصول إلى الأهداف المراد تحقيقها داخل المؤسسة

الجدول رقم 11: هل تساهم الاستراتيجية الاتصالية في تحسين الأداء بين الأقسام

المؤسسة



الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	39	78.0 %
لا	11	2.0%
المجموع	50	100.0%

الشكل رقم 11: يبين إجابات مساهمة الاستراتيجية الاتصالية في تحسين الأداء بين

الأقسام المؤسسة

من خلال الجدول رقم (11) يبين إجابات مساهمة الاستراتيجية الاتصالية في تحسين

الأداء بين الأقسام المؤسسة من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 78% من الموظفين

يؤكدون على مساهمة الاستراتيجية الاتصالية في تحسين الأداء بين الأقسام المؤسسة،

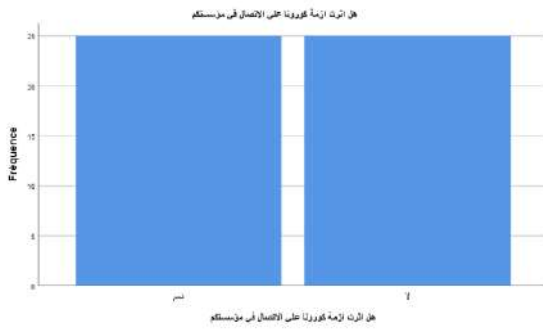
ونسبة 28% يؤكدون عدم الموافقة على ذلك، ومنه نستنتج أن الاستراتيجية الاتصالية

تساهم في تحسين الأداء بين الأقسام المؤسسة، من أجل التواصل فيما بينهم وخلق روح

العمل الجماعي ولذلك لتحقيق أهداف المؤسسة

المحور الثالث: تأثير أزمة كورونا على الاستراتيجية الاتصالية في مؤسسة الاتصالات الجزائرية

الجدول رقم 12: هل أثرت أزمة كورونا على الاتصال في مؤسستكم

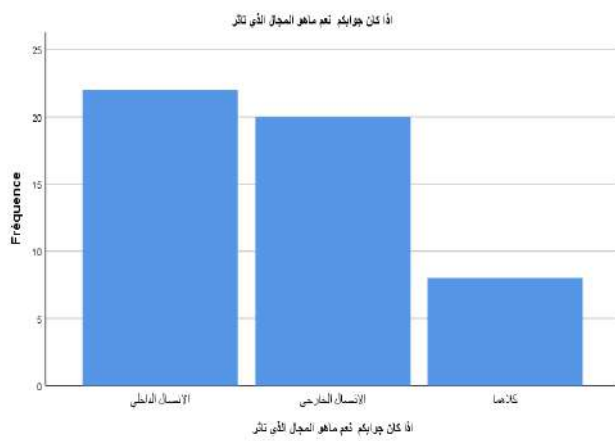


الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	25	50.0%
لا	25	50.0%
المجموع	50	100.0%

الشكل رقم 12: يبين إجابات تأثير أزمة كورونا على الاتصال في مؤسستكم

من خلال الجدول رقم(12) يبين إجابات تأثير أزمة كورونا على الاتصال في مؤسستكم من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة تأثير أزمة كورونا على المؤسسة كانت عبارة عن نسب متساوية مما يدل على أن المؤسسة اتصالات الجزائر كانت على استعداد لوضع الأزمات من خلال مجموعة من الإجراءات وذلك في الاتصال عن بعد مع الزبائن والعمال وأما عن تأثيرها فكان ذلك في انتقال فيروس كورونا بين الموظفين حيث أدى إلى نقص عدد الموظفين في المؤسسة

الجدول رقم 13: إذا كان جوابكم ب نعم ما هو المجال الذي تأثر



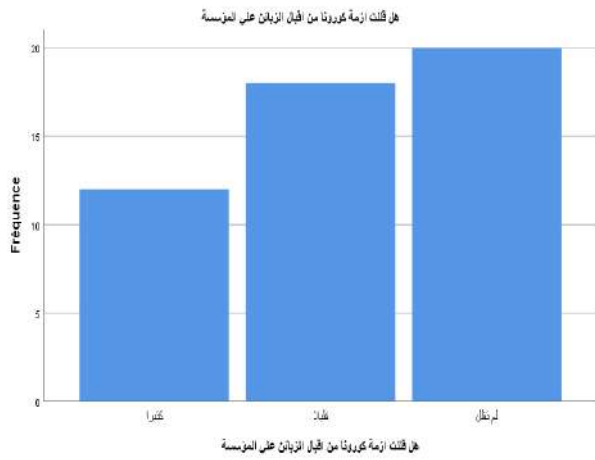
الخيارات	التكرار	النسبة
الاتصال الداخلي	20	40.0%
الاتصال الخارجي	4	8.0%
كلاهما	1	2.0%
المجموع	25	50.0%

الشكل رقم 13: يبين إجابات ب نعم المجال الذي تأثر في المؤسسة

من خلال الجدول رقم (13) يبين إجابات ب نعم المجال الذي تأثر في المؤسسة نلاحظ أن نسبة تأثير الاتصال الداخلي في المؤسسة تمثل 44% أعلى من نسبة تأثير الاتصال الخارجي والتي قدرت ب نسبة 20%، وتليها كلاهما قدرت ب نسبة 16%، وهذا يعود ارتفاع تأثر نسبة الاتصال الداخلي بأزمة كورونا إلي عملية التواصل بين الموظفين المؤسسة مما أدى إلي التأثير بأزمة كورونا من خلال انتشار فايروس، أما نسبة تأثير الاتصال الخارجي كانت قليلة مقارنة مع نسبة تأثير الاتصال الداخلي وذلك لاستخدام

المؤسسة الاتصال عن بعد مع الزبائن

الجدول رقم 14: هل قللت أزمة كورونا من إقبال الزبائن

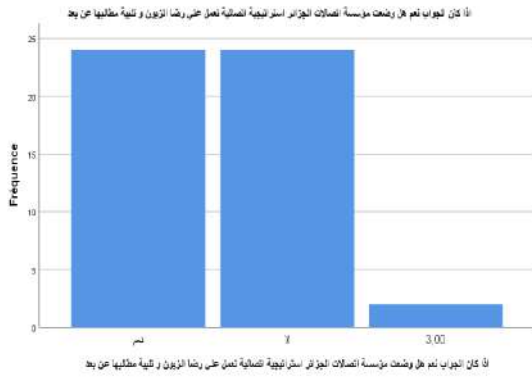


الخيارات	التكرار	النسبة
كثيرا	12	24.0%
قليل	18	36.0%
لم تؤثر	20	40.0%
المجموع	50	100.0%

الشكل رقم 14: يبين إجابات أزمة كورونا قللت من إقبال الزبائن

من خلال الجدول رقم (14) يبين إجابات أزمة كورونا قللت من إقبال الزبائن نلاحظ أن نسبة إقبال الزبائن على المؤسسة اتصالات الجزائر كانت قليلة بنسبة 18%، وتليها كثيرا قدرت بنسبة 12%، بينما لم تقلل من إقبال الزبائن كان بنسبة 20%، كانت نسبة إقبال الزبائن قليلة من خلال الجدول أعلاه حيث تمثل نسبة 36% حيث تمثل أعلى نسبة في الجدول وهذا يعود إلى تعامل المؤسسة مع الزبائن عبر الانترنت أي الاتصال عن بعد

الجدول رقم 15: إذا كان الجواب نعم هل وضعت مؤسسة اتصالات الجزائر الاستراتيجية الاتصالية تعمل على رضا الزبون وتلبية مطالبها عن بعد

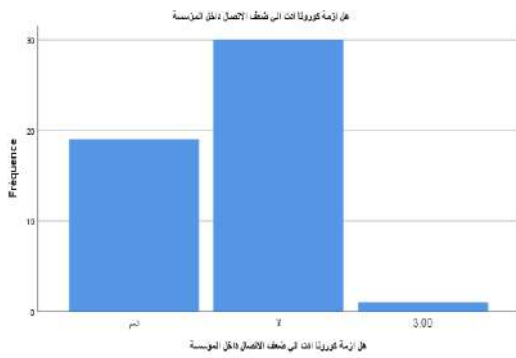


الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	15	30.0%
لا	15	30.0%
المجموع	30	60.0%

الشكل رقم 15: يبين إجابات بوضع المؤسسة استراتيجية اتصاليه من أجل رضا الزبون وتلبية مطالبها عن بعد

من خلال الجدول رقم (15) يبين إجابات بوضع المؤسسة استراتيجية اتصاليه من أجل رضا الزبون وتلبية مطالبها عن بعد نلاحظ أن نسبة كانت متساوية حيث قدرت النسبة ب 48%، ومنه نستنتج أن المؤسسة لن تواجه اي مشاكل وعراقيل في خدمة الزبائن

الجدول رقم 16: هل أزمة كورونا أدت إلى ضعف الاتصال داخل المؤسسة



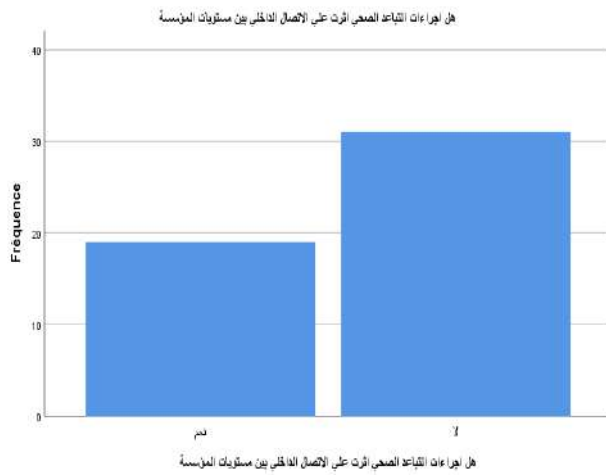
الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	20	40.0%
لا	30	60.0%
المجموع	50	100.0%

الشكل رقم 16: يبين إجابات أزمة كورونا أدت إلى ضعف الاتصال داخل المؤسسة

من خلال الجدول رقم (16) يبين إجابات أزمة كورونا أدت إلى ضعف الاتصال داخل المؤسسة نلاحظ أن 38% أجابوا بنعم على أن أزمة كورونا أدت إلى ضعف الاتصال داخل المؤسسة، وتليها نسبة 60% أجابوا ب لا عدم الموافقة عكس ذلك، ومن خلال نتائج الجدول نرى أن أزمة كورونا لم تؤدي إلى ضعف الاتصال داخل المؤسسة وذلك لاستخدام إجراءات البرتوكول الصحي والتواصل

الجدول رقم 17: هل إجراءات التباعد الصحي أثرت على الاتصال الداخلي بين

مستويات المؤسسة



الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	19	38.0%
لا	31	62.0%
المجموع	50	100.0%

الشكل رقم 17: يبين إجابات الإجراءات التباعد الصحي أثرت على الاتصال الداخلي

بين مستويات المؤسسة

من خلال الجدول رقم (17) يبين إجابات الإجراءات التباعد الصحي أثرت على الاتصال

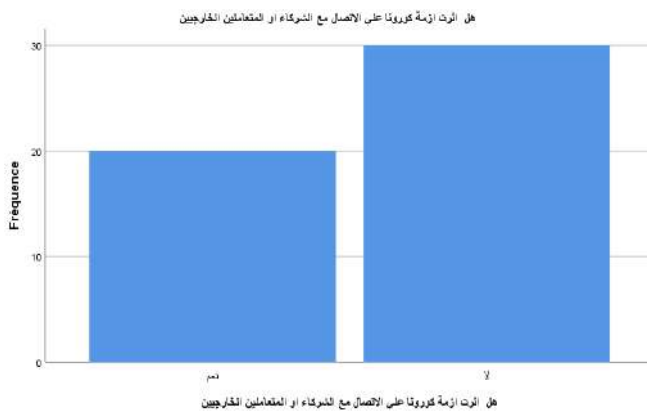
الداخلي بين مستويات المؤسسة ونلاحظ أن نسبة 62% أجاب على أن الإجراءات التباعد

الصحي لم تؤثر على الاتصال الداخلي بين مستويات المؤسسة، وتليها نسبة 38% الذين

كانت اجابتهم ب نعم، ومن خلال نتائج الجدول نرى أن الإجراءات التباعد الصحي لم

تؤثر على الاتصال الداخلي بين مستويات المؤسسة وذلك لاستخدام موظفين المؤسسة الاتصال عبر الانترنت داخلها من أجل تقديم الخدمات لزيائن

الجدول رقم 18: هل أثرت أزمة كورونا على الاتصال مع الشركاء أو المتعاملين الخارجيين



الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	20	40.0%
لا	30	60.0%
المجموع	50	100.0%

الشكل رقم 18: يبين إجابات تأثير أزمة كورونا على الاتصال مع الشركاء أو المتعاملين

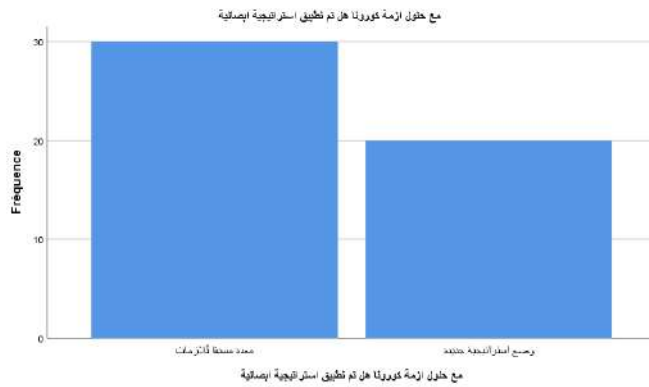
من خلال الجدول رقم (18) يبين إجابات تأثير أزمة كورونا على الاتصال مع الشركاء أو المتعاملين ونلاحظ أن نسبة 60% اجابوا ب لا على أن أزمة كورونا لن تأثرت على الاتصال مع الشركاء والمتعاملين الخارجيين ،أما نسبة 40% أجاب ب نعم على أن أزمة كورونا أثرت على الاتصال مع الشركاء والمتعاملين الخارجيين، ومن خلال نتائج الجدول

نرى أن أزمة كورونا لم تؤثر سلبا على الاتصال مع الشركاء والمتعاملين الخارجين فقد زادت نسبة التعامل معهم خاصة في فترة الحجر الصحي أضعاف المرات وذلك من خلال التواصل عن بعد عبر الانترنت

المحور الرابع: الإجراءات الاتصالية المتخذة لمواجهة أزمة كورونا

الجدول رقم 19: مع حلول أزمة كورونا هل تم تطبيق الاستراتيجية اتصالية معدة مسبقا

للأزمات وضع الاستراتيجية الجديدة



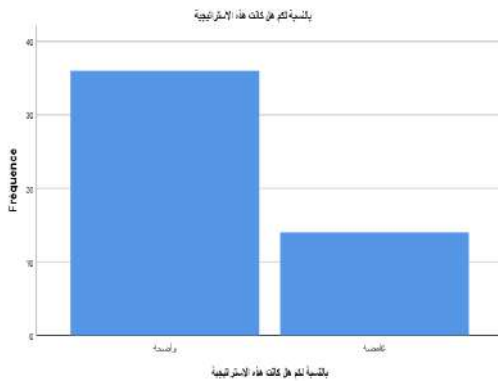
الخيارات	التكرار	النسبة
استراتيجية معدة للأزمات مسبقا	20	40.0%
الاستراتيجية الجديدة	30	60.0%
المجموع	50	100.0%

الشكل رقم 19: يبين إجابات في حلول أزمة كورونا إتمام تطبيق استراتيجية الاتصالية

معدة مسبقا أو وضع استراتيجية جديدة

من خلال الجدول رقم (19) يبين إجابات في حلول أزمة كورونا إتمام تطبيق استراتيجية الاتصالات معدة مسبقا أو وضع استراتيجية جديدة نلاحظ أن نسبة 60% أجاب ب أن المؤسسة قامت بوضع استراتيجية معدة مسبقا لمواجهة أزمة كورونا، وتليها نسبة 40% بوضع استراتيجية جديدة لمواجهة أزمة كورونا، من خلال الجدول نرى أن مؤسسة اتصالات الجزائر كانت مستعدة مسبقا لوضع الأزمات من خلال وضع استراتيجية خاصة بوضع الازمات من أجل الأزمة واستدراك الوضع

الجدول رقم 20: هل كانت هذه الاستراتيجية واضحة _ غامضة



الخيارات	التكرار	النسبة
واضحة	36	72.0%
غامضة	14	28.0%
المجموع	50	100.0%

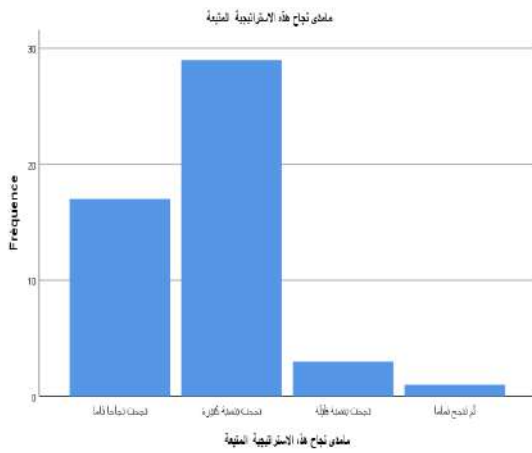
الشكل رقم 20: يبين إجابات أن الاستراتيجية الاتصالية كانت واضحة أم غامضة

خلال الجدول رقم (20) يبين إجابات أن الاستراتيجية الاتصالية كانت واضحة أم غامضة ونلاحظ أن نسبة 72% أن الاستراتيجية الاتصالية في المؤسسة كانت واضحة، وتليها نسبة قدرت ب 28% ترى أن الاستراتيجية الاتصالية في المؤسسة كانت غامضة،

ومن خلال نتائج الجدول النسب الموضح فيه نتوصل إلى أن الاستراتيجية الاتصالية التي

اتبعتها مؤسسة اتصالات الجزائر كانت واضحة ومفهومة لدى موظفي المؤسسة

الجدول رقم(21): ما مدى نجاح هذه الاستراتيجية المتبعة



الخيارات	التكرار	النسبة
نجحت نجاح تاما	17	34.0%
نجحت بنسبة كبيرة	29	58.0%
نجحت بنسبة قليلة	3	6.0%
لم تنجح تماما	1	2.0%
المجموع	50	100%

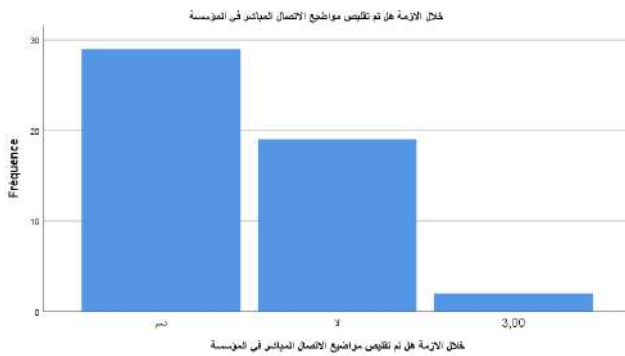
الشكل رقم 21: يبين مدى نجاح هذه الاستراتيجية المتبعة في المؤسسة

من خلال الجدول رقم (21) يبين مدى نجاح هذه الاستراتيجية المتبعة في المؤسسة

ونلاحظ أن نسبة 58% ترى أن الاستراتيجية الاتصالية المتبعة نجحت بنسبة كبيرة، تليها

نسبة قدرت ب 34% من الموظفين يرون أنها نجحت نجاحا تاما ،بينما نسبة 6% ترى أن الاستراتيجية الاتصالية نجحت بنسبة قليلة، اما نسبة 2% ترى أن الاستراتيجية الاتصالية لم تتجح في المؤسسة، من خلال الجدول نستنتج أن الاستراتيجية المتبعة في المؤسسة اتصالات الجزائر كانت ناجحة بنسبة عالية جدا في تحقيق هدفها وتماشي مع الوضع في أزمة كورونا

الجدول رقم 22: خلال الأزمة ، هل تم تقليص مواضيع الاتصال المباشر في المؤسسة



الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	31	62.0%
لا	19	38.0%
المجموع	50	100.0%

الشكل رقم 22: يبين إجابات تم تقليص مواضيع الاتصال المباشر في المؤسسة

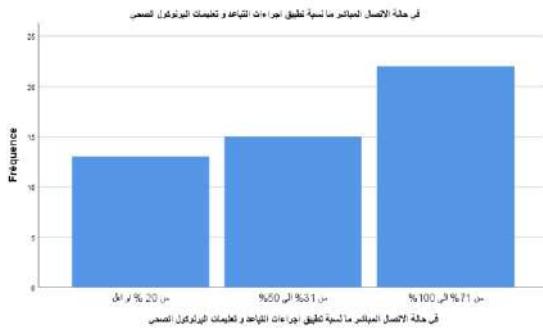
من خلال الجدول رقم(22)يبين إجابات تم تقليص مواضيع الاتصال المباشر في المؤسسة ونلاحظ أن نسبة58% ترى أنه تم تقليص مواضيع الاتصال المباشر في المؤسسة، وتليها نسبة 38% ترى أنه لم يتم تقليص مواضيع الاتصال المباشر في المؤسسة، ومن خلال نتائج الجدول نستنتج أن تم تقليص مواضيع الاتصال المباشر في

المؤسسة مما أدى إلى احترام البرتوكول الصحي ووجد أدى إلى نقص عدد الموظفين

داخل المؤسسة

الجدول رقم 23 : في حالة الاتصال المباشر ما نسبة تطبيق إجراءات التباعد وتعليمات

البرتوكول الصحي من 20% أو أقل من 31% الي . 50% من 71% الي 100%

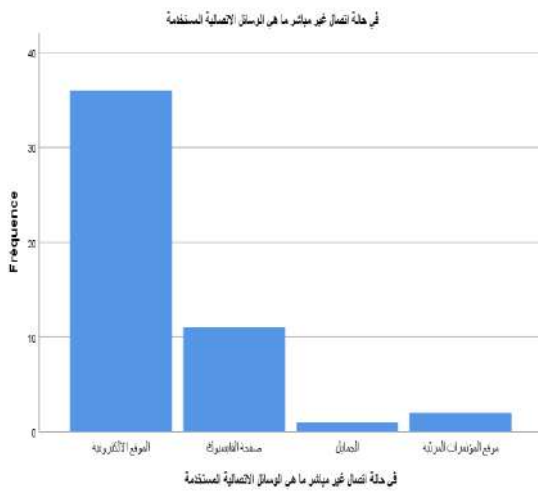


الخيارات	التكرار	النسبة
أقل من 20%	13	26.0%
من 31% الي 50%	15	30.0%
من 71% الي 100%	22	44.0%
المجموع	50	100.0%

الشكل رقم 23: يبين نسبة تطبيق إجراءات التباعد وتعليمات البرتوكول الصحي

من خلال الجدول رقم(23) يبين نسبة تطبيق إجراءات التباعد وتعليمات البروتوكول الصحي ونلاحظ أن نسبة 44% من الموظفين يرون أن نسبة تطبيق البروتوكول الصحي هي من 71 الي 100، وتليها نسبة 30% ترى أن نسبة تطبيق البروتوكول الصحي هي من 31% إلى 50%، بينما 26% من الموظفين يرون أن نسبة تطبيق البروتوكول الصحي في المؤسسة كانت هي من 31% الي 50%، من خلال نتائج الجدول نستنتج أن نسبة تطبيق البروتوكول الصحي في المؤسسة كانت أعلى نسبة وهي من 71% الي 100% أي تتم تطبيق إجراءات التباعد الصحي وتعليمات البروتوكول الصحي خلال الاز

الجدول رقم: 24 في حالة اتصال غير مباشر ما هي الوسائل الاتصالية المستخدمة



الخيارات	التكرار	النسبة
الموقع الإلكتروني	36	72.0%
صفحة الفيس بوك	11	22.0%
الجمائل	1	2.0%
موقع المؤتمرات المرئية	2	4.0%

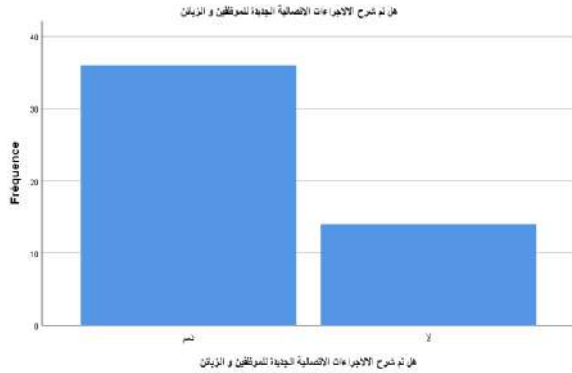
المجموع	50	100.0%
---------	----	--------

الشكل رقم 24: يبين إجابات الوسائل المستخدمة في حالة الاتصال غير المباشر

من خلال الجدول رقم(24) يبين إجابات الوسائل المستخدمة في حالة الاتصال غير المباشر ونلاحظ أن نسبة استخدام الموظفين في المؤسسة اتصالات الجزائر هي الموقع الالكتروني حيث قدرت النسبة ب 71%،وتليها نسبة 22% من الموظفين يستخدمون الجمايل، بينما نسبة قدرت 4%يستخدمون موقع المؤتمرات المرئية، ومنه نستنتج أن المؤسسة اتصالات الجزائر تستخدم وبنسبة كبيرة الموقع الالكتروني في أثناء أزمة كورونا وهذا لا يعني استخدام موظفي المؤسسة لصفحة الفيس بوك الخاصة بالمؤسسة والجمايل وكذا موقع المؤتمرات المرئية

وهناك إجابات أخرى توضح أن نسبة 74% من موظفين المؤسسة يستخدمون جمايل المؤسسة، وتليها نسبة 26%فهم يستخدمون الرسائل الهاتفية، ومنه نستنتج أن المؤسسة اتصالات الجزائر تتعامل بطريقة كبيرة جمايل المؤسسة في التعامل مع الزبائن وتقديم الخدمات

الجدول رقم 25 هل تم شرح الإجراءات الاتصالية الجديدة للموظفين والزبائن



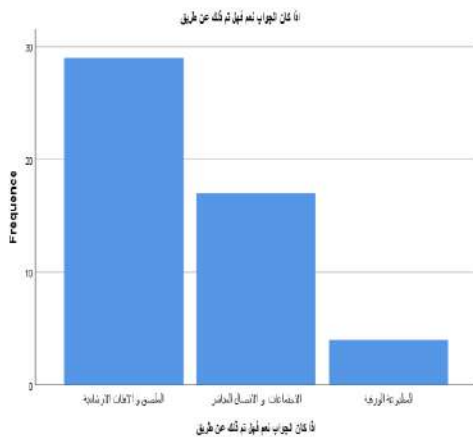
الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	36	72.0%
لا	14	28.0%
المجموع	50	100.0%

الشكل رقم 25: يبين إجابات شرح الإجراءات الاتصالية الجديدة للموظفين والزبائن

من خلال الجدول رقم (25) يبين إجابات شرح الإجراءات الاتصالية الجديدة للموظفين والزبائن نلاحظ أن نسبة 72% من الموظفين يؤكدون على أنه تم شرح الإجراءات الاتصالية الجديدة للموظفين والزبائن، بينما نسبة 28% من الموظفين يؤكدون عدم الموافقة على شرح، ومنه نستنتج أن تم شرح الإجراءات الاتصالية الجديدة للموظفين والزبائن بطريقة واضحة ومفهومة من أجل تسهيل عملية خدماتها وتحقيق أهدافها المرغوبة للوصول إليها

الجدول رقم: 26 إذا كان الجواب ب نعم فهل تم ذلك عن طريق ملصقات واللافتات

الإرشادية. - الاجتماعات والاتصال المباشر - المطبوعات الورقية



الخيارات	التكرار	النسبة
الملصق الإرشادي	29	58.0%
الاتصال المباشر والاجتماعات	17	34.0%
الاوراق المطبوعة	4	8.0%
المجموع	50	100.0%

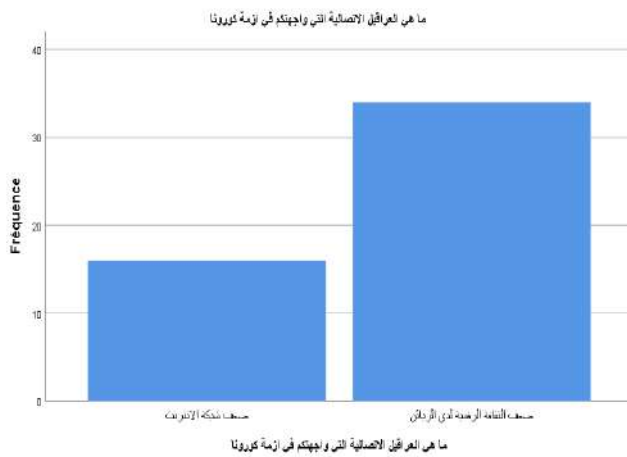
الشكل رقم 26: يبين إجابات إذا كان الجواب ب نعم ماهي الوسائل المستخدمة

من خلال الجدول رقم (26) يبين إجابات إذا كان الجواب ب نعم نلاحظ أن نسبة ملصقات واللافتات الارشادية قدرت ب نسبة 58%، وتليها نسبة الاجتماعات والاتصال المباشر قدرت ب 34%، بينما المطبوعات الورقية قدرت ب نسبة 8%، ومنه نستنتج أن تم شرح الإجراءات الاتصالية الجديدة للموظفين والزبائن كانت أعلى نسبة عن طريق ملصقات واللافتات الارشادية مما يدل على أنها كانت أفضل وسيلة لشرح تفاصيل الاجراءات الاتصالية للموظفين والزبائن

وهناك إجابات أخرى توضح أن نسبة 88% تمثل شرح الإجراءات الاتصالية الجديدة للموظفين والزبائن عن طريق إيميل، وتليها نسبة قدرت ب 12% عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، ومنه نستنتج أن إيميل كان أحسن طريقه لشرح الاجراءات

الاتصالية الجديدة للموظفين والزبائن مما يدل على أن إليمائل كان أسهل وسيلة لتصفح وتطلع على أخبار المؤسسة.

الجدول رقم 27: ما هي العراقيل الاتصالية التي واجهتم في أزمة كورونا



الخيارات	التكرار	النسبة
ضعف شبكة الإنترنت	16	32.0%
ضعف الثقافة الرقمية عند الزبائن	34	68.0%
المجموع	50	100.0%

الشكل رقم 27: يبين إجابات العراقيل الاتصالية التي واجهتم في أزمة كورونا

من خلال الجدول رقم (27) يبين إجابات العراقيل الاتصالية التي واجهتم في أزمة

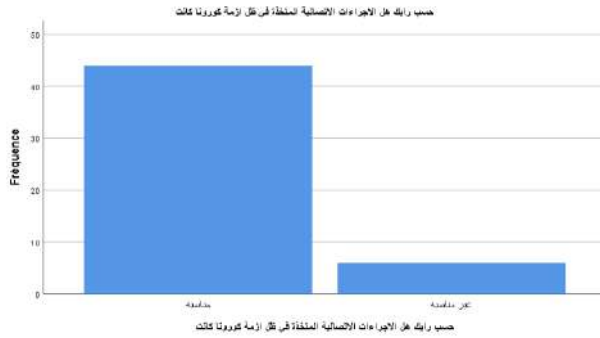
كورونا ونلاحظ أن نسبة 68% من الموظفين أجابوا على ضعف الثقافة الرقمية، بينما

نسبة 32% من الموظفين أجابوا على ضعف شبكات الانترنت، ومنه نستنتج أن الثقافة

الرقمية تسبب مشاكل وعراقيل للزبائن أثناء الازمة

وهناك عراقيل أخرى تتمثل في أن نسبة 88% تتمثل في ضعف في التعليم، بينما تليها نسبة 12% تمثل التقدم في الاقتصاد، ومنه نستنتج أن ضعف في التعليم سبب مشاكل وعراقيل في تقديم خدماتها

الجدول رقم (28): حسب رأيك، هل الإجراءات الاتصالية المتخذة في ظل أزمة كورونا مناسبة. غير مناسبة



الخيارات	التكرار	النسبة
مناسبة	44	88.0%
غير مناسبة	6	12.0%
المجموع	50	100.0%

الشكل رقم 28: يبين إجابات الإجراءات الاتصالية المتخذة في ظل أزمة كورونا

من خلال الجدول رقم (28) يبين إجابات الإجراءات الاتصالية المتخذة في ظل أزمة كورونا نلاحظ أن نسبة 88% من الموظفين يؤكدون على أن الإجراءات الاتصالية المتخذة في ظل أزمة كورونا كانت مناسبة، وتليها نسبة 12% من الموظفين يؤكدون عدم ذلك أي كانت غير مناسبة، ومنه نستنتج أن الإجراءات الاتصالية المتخذة في ظل أزمة كورونا كانت مناسبة من أجل حسن سير في العمل واستمرارية المتبعة داخل المؤسسة من أجل تلبية رغبات وحاجات الزبائن ومحاولة إرضائهم

3/ نتائج الدراسة :

1. نقص عدد الموظفين داخل المؤسسة وذلك تفاديا لانتشار فأيرس كورونا
2. أستخدم المؤسسة الاستراتيجية اتصالية ناجحة في تحقيق أهدافها وتماشي مع
الوضع في أزمة كورونا
3. -تطبيق إجراءات البرتوكول الصحي بنسبة عالية جدا داخل المؤسسة خلال أزمة
كورونا
4. قسم الادارة هو المسؤول على أنجاز الاستراتيجية الاتصالية في وقت الازمات
5. الاستراتيجية الاتصالية تساعد على انسياب المعلومات للوصول إلى الأهداف
المراد تحقيقها في المؤسسة
6. أزمة كورونا لم تؤدي إلى ضعف الاتصال الداخلي بين مستويات المؤسسة وذلك
لاستخدام الموظفين في المؤسسة الاتصال عبر الانترنت من أجل تقديم الخدمات
إلى الزبائن
7. مؤسسة اتصالات الجزائر كانت على استعداد لوضع الأزمات وذلك من خلال
تأطير الاستراتيجية اتصالية خاصة
8. أستخدم المؤسسة الاستراتيجية اتصالية واضح ومفهومة لدي الموظفين

9. أزمة كورونا أدت إلي زيادات المداخل للمؤسسة خاصة في فترة الحجر

الصحي للالتزام الزبائن منازلهم و استخدم الانترنت بدرجة كبيرة

10. تتعامل المؤسسة مع الزبائن بالموقع الالكتروني الخاص بها أثناء الازمة في

تقديم خدماتها للزبائن

11. -نقص الثقافة الرقمية للزبائن يشكل عائقا للمؤسسة في التعامل مع زبائنها

12. أزمة كورونا لم تؤدي إلى ضعف الاتصال داخل المؤسسة وذلك لاستخدام

إجراءات البرتوكول الصحي

نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات

/ 1نعم لمؤسسة اتصالات الجزائر استراتيجية خاصة بإدارة الأزمات

أثبتت النتائج أن لمؤسسة اتصالات الجزائر استراتيجية اتصالية خاصة بإدارة الأزمات معدة مسبقا تكيف حسب نوع الأزمة والأضرار الناتجة عنها من خلال إضافة بعض الإجراءات في كيفية التعامل مع الأزمة وتماشي معها .

/ 2 أثرت أزمة كورونا سلبا على مؤسسة اتصالات الجزائر.

أثبتت نتائج الدراسة أن أزمة كورونا أثرت سلبا على مؤسسة اتصالات الجزائر وذلك من خلال نقص عدد الموظفين بالمؤسسة وإصابة البعض بفيروس كورونا

/ 3 من ضمن الإجراءات المتخذة هي تقليص عدد العمال واحترام البرتوكول الصحي .

أثبتت نتائج الدراسة أن مؤسسة اتصالات الجزائر اتخذت مجموعة من الإجراءات خلال أزمة كورونا والمتمثلة في

احترام البرتوكول الصحي .

تقليص عدد العمال داخل المؤسسة .

التزام الاتصال الغير مباشر .

التعامل مع الزبائن عبر وسائل الاتصال مثل الجمايل الخاص بالمؤسسة و الموقع الالكتروني للمؤسسة .

الختاتمة:

من خلال ما سبق يتضح لنا الاستراتيجية الاتصالية في مؤسسه اتصالات الجزائر في ظل أزمة كورونا، لأنها تعتبر من الأنشطة الأساسية لقيام المؤسسة بمهامها على أكمل وجه، حيث أن استراتيجيات الاتصال تستخدم من أجل تحقيق أهدافها وحل مشاكلها وخاصة مع ظهور جائحة كورونا التي سببت العديد من المشاكل والعراقيل على مستوى المؤسسة اتصالات الجزائر لذلك تتخذ المؤسسات عدة استراتيجيات من تجاوز الأزمة والصعوبات التي تواجهها لتلبية حاجات الزبائن وتحقيق أهدافها، فالاهتمام بالاستراتيجية الاتصالية لتحسين أداء المؤسسة وتحقيق غايتها من خلال وجود فريق عمل خاص يعمل على متابعة وحسن تسيير الاستراتيجية الاتصالية، وكذلك العمل على تعزيز الثقة بالجمهور وتقديم أفضل النتائج والخدمات وإعطاء صورة مشرفة ومرضية للمؤسسة من جهة أخرى.

وقد ارتبطت إشكالية دراستنا حول الاستراتيجية الاتصالية في مؤسسة العمومية اتصالات فعالة للحصول على أداء حسن ومتميز لتضمن الوصول إلى غايات وتحقيق الخطة العامة للمؤسسة.

و من خلال دراستنا هذه ارتأينا الى أن ننوه ببعض التوصيات التي من شأنها أن تقليله من مخاطر الأزمات (أزمة كورونا) على مؤسسة و نذكر منها :

- 1/ الالتزام بالإجراءات الاستراتيجية الاتصالية المتبعة في المؤسسة .
- 2/ التطبيق البرتوكول الصحي بشكل جيد لنفاذي انتشار الفيروس .
- 3/ تقديم خدمات لزبائن بشكل آمن عن طريق إجراءات الوقاية لتوخي الحيلة و حذر .

قائمة المراجع

المعاجم :

- (1) عبد الله مي ،المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال لتوحيد المصطلحات النهضة العربية بيروت لبنان، المطبعة الأولى، سنة2014
- (2) فار محمد جمال، معجم المصطلحات الإعلامية، دار أسامة لنشر والتوزيع . الأردن ،عمان، سنة النشر 2014

الكتب :

- (3) أبيض ملكة و(آخرون)،منهجية البحث، دار الفقه
- (4) إسماعيل محمد، علم الاتصال ونظريات التأثير، دار العالمية لنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، سنة النشر 2003
- (5) إبراهيم مروان عبد المجيد، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، الطبعة الأولى، سنة2000
- (6) بسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن سنة2016
- (7) بوحوش عمار و(آخرون)،منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية،المركز الديمقراطي العربي للدراسات السياسية والاقتصادية، برلين ألمانيا، الطبعة الأولى، سنة2019

- (8) بدوي عبد الرحمن، مناهج البحث العلمي، وكالة المطبوعات، الطبعة الثالثة ،سنة2019
- (9) الشريف عبد الله محمد، مناهج البحث العلمي، دار الشعاع للطباعة وإلا الاسكندرية مصر
- (10) الجراح محمود محمد، أصول البحث العلمي، دار الرابطة للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية
- (11) الظلاعين نضال فلاح و(آخرون)،نظريات الاتصال الجماهيري دار الإعصار للنشر والتوزيع عمان، سنة2010
- (12) الواصل عبد الرحمن بن عبد الله، البحث العلمي خطواته ومراحله أساسياته ومناهجه وأدواته ووسائله وأصوله وكتابته، سنة1999
- (13) الجرجاوي زياد علي، قواعد المنهجية لبناء الاستبيان ، مطبعة البناء الجراح فلسطين، سنة2010
- (14) مكاوي حسن عماد و(آخرون)،نظريات إلا علام ،سنة2007
- (15) مصطفى أحمد عبد الله و(آخرون)البحث العلمي تعريفه ، وخطواته مناهجه ، المفاهيم الإحصائية، الدار الجامعية تأنيس، الطبعة الأولى ،مصر ، سنة 2002,2001
- (16) مداح عرابي الحاجة، إدارة الأعمال الاستراتيجية ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، سنة النشر2015
- (17) ماجد ريما، منهجية البحث العلمي، مؤسسة فريد ريش بيروت، الطبعة الأولى

- (18) محمود علي محمود سرحان، **مناهج البحث العلمي**، دار صنعاء ، الطبعة الثالثة، سنة 2019
- (19) عبيادات محمود وآخرون، **منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات**، الجامعة الأردنية، الطبعة الثانية، سنة 1999
- (20) عبد خ وائل و)آخرون ،(البحث العلمي في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، دار الحامد عمان ،الأردن ،الطبعة الثانية، سنة 2007
- (21) عوض فاطمه صابر و) آخرون(،أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة الإشعاع الفنية، الطبعة الأولى، سنة 2002
- (22) عبد الحميد أحمد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، الطبعة الثانية، عالم الكتب ،سنة 2013
- (23) عليان رحي مصطفى و)آخرون(مناهج البحث وأساليب البحث العلمي، دار الصفاء للنشر والتوزيع عمان ، الطبعة الأولى ، سنة 2000
- (24) قاسمي ناصر، **مصطلحات و السياسية في علم الاجتماع و الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية ، سنة 2017
- (25) قنديلجي عامر، **البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات**، دار البارودي العلمية ،الطبعة الأولى، سنة النشر 1999
- (26) غندور محمد جلال، **البحث العلمي النظرية والتطبيق**، دار الجواهر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، سنة النشر 2015

- (27) يونس رحيم وآخرون، منهج البحث العلمي، دار دجلة عمان للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، سنة النشر 2008

المذكرات

- (28) بن حمودة رندة و آخرون استراتيجية الاتصال داخل المؤسسة العمومية، مذكرة لنيل شهادة ليسانس، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، قسم العلوم الإنسانية و الاجتماعية، سنة 2013/2014

- (29) بوشاب شوقي اتصال الأزمة ودورها في إدارة الأزمات ،مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، سنة

- (30) شعبان عماد الدين دور استراتيجية الاتصالية في تحسين الصور الذهنية للمؤسسة الاقتصادية ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام واتصال، تخصص اتصال وعلاقات العامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الإنسانية، سنة. 2018/2019

- (31) تيمجدين عمر، دور استراتيجية التنوع في تحسين إدارة المؤسسة الصناعية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر ، كلية العلوم الاقتصادية، سنة 2012/2013

- (32) غلابي بوزيد، مفهوم المؤسسة العمومية ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون العام ، تخصص قانون الإدارة العامة ، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي ، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، سنة 2010/2011

المقالات :

- (33) عساسي أمال ، قراءة نظرية في المناهج الاتصالية و الإدارية ، كلية العلوم لإلام
علام والاتصال، الجزائر، سنة2019
- (34) خيلية وريدة ، الاتصال إلاماتي وكيفية إلامتها في المؤسسة، كلية العلوم
الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر سنة2019

الملاحق

الملاحق

جامعة قاصدي مرباح-ورقلة-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعي

قسم علوم إعلام واتصال

تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

استمارة الاستبيان بعنوان

تحت إشراف الاستاذة

من اعداد الطالبتين :

بايوسف مسعودة

صباح طواهري

رويح سناء

الموسم الجامعي 2021/2020

البيانات الشخصية

الجنس: ذكر أنثى

السن:

المستوى: ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

اللغة المستخدمة في المؤسسة: عربية فرنسية الاثنيين معا

الأقدمية في المؤسسة: اقل من 5 سنوات من 5 الي 10 سنوات

أكثر من 10 سنوات

المحور الأول: واقع الاستراتيجية الاتصالية لمؤسسة اتصالات الجزائر

1/ قبل أزمة كورونا، مارأيكم في إستراتيجية الاتصال المتبعة في مؤسستكم

جيدة رديئة متوسطة

2/ أي قسم مكلف بإنجاز الاستراتيجية الاتصالية في مؤسستكم :

الإدارة العامة قسم الدراسات

قسم الموارد البشرية قسم التخطيط

أخرى

3/ هل عينت المؤسسة موظفين مختصين لوضع الاستراتيجية الاتصالية لها؟

نعم لا

4/ هل تقوم المؤسسة بتقييم ومتابعة تطبيق الاستراتيجية الاتصالية ؟

نعم لا

5/ هل الاستراتيجية الاتصالية تساعد على إنسياب المعلومات للوصول إلي الأهداف
المسطرة داخل المؤسسة ؟

نعم لا

6/ هل تساهم الاستراتيجية الاتصالية في تحسين الأداء بين اقسام المؤسسة ؟

نعم لا

المحور الثاني: تأثير أزمة كورونا على الإستراتيجية الاتصالية في مؤسسة اتصالات
الجزائر

7/ هل أثرت أزمة كورونا على الاتصال في مؤسستكم ؟

نعم لا

8/ إذا كان جوابكم نعم ماهو المجال الذي تأثر ؟

الاتصال الداخلي. الاتصال الخارجي كلاهما

9/ هل قلت أزمة كورونا من إقبال الزبائن على المؤسسة ؟

كثيرا قليلا لم تثن

10/ إذا كان الجواب نعم هل وضعت مؤسسة اتصالات الجزائر استراتيجية اتصالية

تعمل على رضا الزبون وتلبية مطالبه عن بعد

نعم. لا

11/ هل أزمة كورونا أدت إلي ضعف الاتصال داخل المؤسسة ؟

نعم لا

12/ هل إجراءات التباعد الصحي أثرت على الاتصال الداخلي بين مستويات المؤسسة ؟

نعم لا

13/ هل أثرت أزمة كورونا على الاتصال مع الشركاء أو المتعاملين الخارجيين ؟

نعم لا

المحور الثالث: الإجراءات الاتصالية المتخذة لمواجهة أزمة كورونا

14/ مع حلول أزمة كورونا هل تم تطبيق استراتيجية اتصالية

معدة مسبقا للأزمات. وضع استراتيجية جديدة

15/ بالنسبة لكم هل كانت هذه الاستراتيجية :

واضحة غامضة

16/ ما مدى نجاح هذه الاستراتيجية المتبعة ؟

نجحت نجاحا تاما

نجحت بنسبة كبيرة

نجحت بنسبة قليلة

الملاحق

لم تتجح تماما

17/ خلال الأزمة ، هل تم تقليص مواضع الاتصال المباشر في المؤسسة ؟

نعم لا

18/ في حالة الاتصال المباشر ما نسبة تطبيق إجراءات التباعد وتعليمات البرتوكول الصحي؟

20% / أو اقل من 31% الي 50%. من 71% الي 100%

19/ في حالة اتصال غير مباشر ماهي الوسائل الاتصالية المستخدمة؟

الموقع الالكتروني. صفحة الفايسبوك

الجمائل موقع المؤتمرات المرئية

وسائل أخرى

اذكره

20/ هل تم شرح الاجراءات الاتصالية الجديدة للموظفين والزبائن ؟ نعم لا

إذا كان الجواب نعم فهل تم ذلك عن طريق :

الملصقات واللافتات الإرشادية

الاجتماعات والاتصال المباشر

المطبوعات الورقية

أخرى

21/ ماهي العراقيل الاتصالية التي واجهتكم في أزمة كورونا ؟

ضعف شبكة الإنترنت

ضعف الثقافة الرقمية لدى الزبائن

عراقيل أخرى

اذكرها

22/ حسب رأيك ، هل الإجراءات الاتصالية المتخذة في ظل أزمة كورونا كانت :

مناسبة غير مناسبة

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -

قسم العلوم الإنسانية

شعبة إعلام واتصال

تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة

استمارة المقابلة

إلى الأستاذ(ة):

الطالبين :

رويح

سناء

طوهري صباح

أستاذي الفاضل ، أستاذتي الفاضلة

في إطار التحضير لإنجاز مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص اتصال
جماهيري والوسائط الجديدة والمعونة بـ: إستراتيجية الاتصال داخل المؤسسة العمومية
في ظل أزمة كورونا دراسة ميدانية بمديرية اتصالات الجزائر ورقلة

إشكالية الدراسة :

ما هي إستراتيجية الاتصال التي وضعتها مؤسسة اتصالات الجزائر لمواجهة أزمة كورونا

؟

الأسئلة الفرعية :

هل للمؤسسة إستراتيجية اتصالية خاصة بإدراة الأزمات ؟
ماهي الإستراتيجية التي وضعتها مؤسسة اتصالات لمواجهة أزمة كورونا؟
كيف تؤثر إستراتيجية الاتصال على مؤسسة اتصالات في ظل أزمة كورو

الأسئلة

1 / ماهي أول خطة اتخذتها عند السماع بأزمة كورونا؟ولماذا؟

.....
.....
.....

2/كيف أثرت الأزمة على خدمات المؤسسة ؟

.....
.....
.....

3/أثناء الأزمة كيف تم تقديم الخدمة للزبائن بشكل امن ؟

.....
.....
.....

4/ هل اعتمدت في تقديم الخدمة عن طريق الانترنت او تطبيقاتها ؟

.....
.....
.....

5/ هل أصيب احد موظفيك بالفيروس؟

كيف تعاملت مع ذلك؟

.....
.....
.....

6/ وبعد انخفاض هذه الأزمة كيف تقيم وضع موظفيك؟ هل هم قابلين

التكيف مع أزمات أخرى؟

.....
.....
.....
.....

7/ ماهي المشاكل التي اكتشفتها في ظل أزمة كورونا؟

.....
.....
.....

8/ ماهو الهدف من الاعتماد على الإستراتيجية الاتصالية داخل
مؤسستكم؟

.....
.....
.....

9/ ماهي أكثر الأساليب المستعملة لأداء تطبيق هذه الإستراتيجية؟

.....
.....
.....

10/ ماهي ابرز المعطيات التي تعتمدون عليها قبل وضع إستراتيجية الاتصال؟

.....
.....
.....

11/ حسب رأيك هل توجد طريقة معتمدة للاتصال بين مختلف الموظفين وإدارة المديرية؟

.....
.....
.....