



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة آكلي محند أولحاج بالبويرة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الاتصال



مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة

## الاتصال المناسباتي في المؤسسة الجزائرية

دراسة ميدانية في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة ODEJ

أستاذ:

د. سليمان بورحلة

إعداد الطالبة :

❖ لبنى تالي

السنة الجامعية: 2021\2022.

## الشكر

الحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله صلى الله عليه وسلم وبعد:

أتقدم بأسمى آيات الشكر والتقدير إلى الأستاذ "د. بورحلة سليمان" الذي تفضلني بالإشراف على هذه المذكرة، ولما كرسه من وقت جهد في متابعة فصولها، ولما أبداه من روح علمية صادقة ومخلصة، جعلت لملاحظاته وتوجيهاته أبلغى الأثر في إعداد هذا العمل في شكله الحالي، راجين من الله العليّ القدير أن يجزيه عنا خير الجزاء.

كما أتقدم بالشكر والتقدير والامتنان والعرفان إلى كل الذين أفادوا الدراسة من خلال تزويدي بالمعلومات والملاحظات التي أثرت جوانب عديدة من هذه الدراسة وأخص بالشكر مستشار الشباب "عوادي قادة" ورئيسة فرع الإعلام والاتصال "بلقاسمي سارة" وكل العاملين في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة

وجميع أعضاء هيئة التدريس بقسم الاتصال وجميع زملائي الطلبة والطالبات.

## إهداء

إلى من قال فيهما الله عز وجل:

"واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيرا"

والذي رحمة الله عليه

وأمي أطال الله في عمرها

إلى إخوتي وكل عائلتي العزيزة

وأصدقائي "نجاه"، "أمال"، "شاهيناز"، "زهرة"، "نسرین"، "سهام"

وكل الذين لم يبخلوا عليا بالدعم والدعاء، إليكم جميعا أهدي ثمرة جهدي

لبني..

## فهرس المحتويات :

الشكر

إهداء

فهرس المحتويات

### ..... : التأسيس المنهجي للدراسة

1. الإشكالية : ..... 5
2. أسباب اختيار الموضوع : ..... 7
3. أهمية وأهداف موضوع الدراسة : ..... 7
4. منهج وأدوات الدراسة : ..... 8
5. تحديد المفاهيم: ..... 15
6. الدراسات السابقة: ..... 20
7. المقاربة النظرية المعتمدة في الدراسة:..... 28.

### : طبيعة

- المبحث الأول: تعريف الاتصال المناسباتي تطوره و خصائصه وأهم أنواعه ومجالاته. .... 34
- 1-1 تعريف الاتصال المناسباتي: ..... 34
  - 1-2 نشأة وتطور الاتصال المناسباتي: ..... 36
  - 1-3 خصائص الاتصال المناسباتي: ..... 37
  - 1-4 أنواع ومجالات الاتصال المناسباتي: ..... 38
- المبحث الثاني: وسائل وأدوات وأشكال الاتصال المناسباتي: ..... 41
- 1-2 وسائل وأدوات الاتصال المناسباتي: ..... 41
  - 2-2 أشكال و تقنيات الاتصال المناسباتي: ..... 43

المبحث الثالث: أهداف وأهمية الاتصال المناسب وجمهوره وأهم مزاياه والعراقيل التي تواجهه. 47

3-1- أهداف وأهمية الاتصال المناسب: ..... 47

3-1- جمهور الاتصال المناسب: ..... 49

3-3- أهم المزايا و العراقيل التي تواجه الاتصال المناسب: ..... 50

54 ..... خلاصة الفصل:

### : الإجراءات المنهجية والدراسة الميدانية

I. الإجراءات المنهجية: ..... 57

1. مجتمع البحث: ..... 57

2. عينة الدراسة: ..... 57

3. حدود الدراسة: ..... 58

4. بطاقة فنية عن المؤسسة: ..... 60

II. الإطار التطبيقي: ..... 67

1. تحليل وتفسير البيانات الميدانية ..... 67

2. مناقشة نتائج الدراسة: ..... 104

3. النتائج العامة للدراسة: ..... 111

4. الاقتراحات والتوصيات: ..... 113

5. .... 114

..... 115

..... 117

..... 120

## فهرس الجداول:

- 12.....(01) جدول يبين قائمة الأساتذة المحكمين:
- 13.....(02) جدول يبين الأفراد الذين أجريت معهم المقابلة
- 67.....الجدول رقم 01: يبين خصائص العينة حسب متغير الجنس.
- 67.....الجدول رقم 02: يبين خصائص العينة حسب متغير السن.
- 68.....الجدول رقم 03: يبين خصائص العينة حسب متغير الرتبة.
- 69.....الجدول رقم 04: يبين المعرفة المسبقة بالاتصال المناسباتي.
- 69.....الجدول رقم 05: يبين الأهمية التي يحضى بها الاتصال المناسباتي في المؤسسة.
- 70.....الجدول رقم 06: يبين الجهات الفاعلة في تنظيم المناسبات في المؤسسة.
- 71.....الجدول رقم 07: يبين نوع المناسبات التي يستغلها ديوان مؤسسات الشباب.
- 72.....الجدول رقم 08: يبين الأهمية التي يحض بها الاتصال المناسباتي حسب متغير الجنس.
- 73.....الجدول رقم 09: يبين العلاقة بين الأهمية التي يحضى بها الاتصال المناسباتي والجهات الفاعلة في المؤسسة.
- 74.....الجدول رقم 10: يبين العلاقة بين الأهمية التي يحضى بها الاتصال المناسباتي والجهات الفاعلة في المؤسسة.
- 76.....الجدول رقم 11: يبين العلاقة بين المعرفة المسبقة بالاتصال المناسباتي وأهميته في المؤسسة.
- 77.....الجدول رقم 12: يبين استغلال ديوان مؤسسات الشباب الحدث من أجل تعزيز سمعتها.
- 78.....الجدول رقم 13: يبين في ماذا تساهم رعاية الأحداث التي تقوم بها ديوان مؤسسات الشباب.
- 79.....الجدول رقم 14: يبين كيف يكون الاتصال المناسباتي عاملا في تلاحم الموظفين وخلق روح التعاون والتنسيق.
- 80.....الجدول رقم 15: يبين الفئات التي يستهدفها الاتصال المناسباتي في ديوان مؤسسات الشباب.
- 81.....الجدول رقم 16: يبين طموح ديوان مؤسسات الشباب من خلال تغطيتها الإعلامية لمختلف المناسبات.
- 82.....الجدول رقم 17: يبين المنفعة التي تعود على المؤسسة من خلال مختلف المناسبات المنظمة.
- 83.....الجدول رقم 19: يبين إذا كانت المناسبات تعود بالنفع حسب متغير السن.
- 84.....الجدول رقم 20: يبين تحقيق المؤسسة لأهدافها حسب متغير السن.
- 85.....الجدول رقم 21: يبين العلاقة بين الفئات المستهدفة وطموح المؤسسة.
- 88.....الجدول رقم 23: يبين العلاقة بين المنفعة التي تعود على المؤسسة وتمكنها من تحقيق أهدافها.

- الجدول رقم 24: يبين الوسائل الاتصالية التي تستعملها المؤسسة في تفعيل علاقاتها أثناء الحدث. ....89
- الجدول رقم 25: يبين إذا كانت الوسائل تساهم في إنجاح الحدث. ....90
- الجدول رقم 26: يبين الوسيلة الاتصالية المعتمدة. ....90
- الجدول رقم 27: يبين إذا كانت وسائل الاتصال المعتمدة مناسبة لنقل المعلومة. ....91
- الجدول رقم 28: يبين مكان إقامة نشاطات الاتصال الحدتي. ....92
- الجدول رقم 29: يبين المكان الذي تلقى فيه نشاطات الاتصال الحدتي نجاحا أكثر. ....93
- الجدول رقم 30: يبين المدة التي يستغرقها الحدث في المؤسسة. ....94
- الجدول رقم 31: يبين إستراتيجية الحدث. ....94
- الجدول رقم 32: يبين استعمال الاتصال المباشر أثناء الحدث عن قصد. ....95
- الجدول رقم 33: يبين العلاقة بين الوسائل التي تستعملها المؤسسة في تفعيل علاقاتها ومدى فعاليتها. ....96
- الجدول رقم 34: يبين العلاقة بين الوسائل التي تستعملها المؤسسة لتفعيل علاقاتها وأنواع الوسائل. ....98
- الجدول رقم 35: يبين الوسائل الاتصالية المعتمدة للاتصال بالجمهور ومدى فعاليتها. ....100
- الجدول رقم 36: يبين العلاقة بين مكان إقامة الحدث والمدة الزمنية. ....101
- الجدول رقم 37: يبين وجود عوائق تواجه المؤسسة. ....102

### فهرس الأشكال:

- الشكل يبين مهام ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة. ....65
- شكل يبين هيكل تنظيمي لديوان مؤسسات الشباب. ....66

مقدمة

## مقدمة:

يلعب الاتصال دورا مهما وبارزا في سيرورة المجتمع وكذا قطاعاته على اختلافها واختلاف توجهاتها، فلا يمكن قيام أي مؤسسة أو منظمة دون اتصال، فالالاتصال الدائم يخلق فاعلية للتعاملات داخلها بين جمهورها الداخلي والخارجي، ونجاح المؤسسة في تحقيق أهدافها مرتبط بشكل كبير بنجاح العملية الاتصالية.

ويعتبر الاتصال الحدتي آلية اتصالية تعتمد على إقامة أو تنظيم حدث أو تظاهرة لمؤسسة ما، تستهدف جمهورا محددًا بدقة وعناية تبعا لطبيعة أهدافها المسطرة، وذلك لإبراز قيمها وتحسين صورتها ويستخدم هذا النوع من الاتصالات كإستراتيجية فعالة داخل المؤسسة التي تولي اهتماما بتنظيم أو خلق الأحداث على غرار المؤسسة الجزائرية التي تستخدم هذا النوع من الاتصال لتعزيز التفاهم والتواصل بينهما وبين جمهورها من خلال إشراكهم بفعاليات المؤسسة و كذا برامجها بتنظيم العديد من الأحداث والمشاركة فيها بغية تحسين صورتها وتعزيز سمعتها لدى جمهورها الداخلي و الخارجي، وإعطاء وزن كبير لسياستها الاتصالية. ونظرا للأهمية التي يكتسبها الاتصال المناسب في المؤسسة وباعتباره من أهم الأشكال الاتصالية التي عرفت انتشارا واسعا في تنوع وتعدد الأحداث والمناسبات، جاءت هذه الدراسة لمعرفة دور الاتصال المناسب في المؤسسة الجزائرية"، وذلك بتناول عدة فصول:

- **الفصل الأول:** خاص بالتأسيس المنهجي والذي تناول إشكالية البحث وتساؤلاتها، أسباب اختيار الموضوع، أهمية وأهداف الموضوع، منهج وأدوات الدراسة، تحديد المفاهيم، الدراسات السابقة، المقاربة النظرية المعتمدة في الدراسة.
- **الفصل الثاني:** سنتناول من خلاله التعريف بالاتصال المناسب، وكذا نشأته وتطوره، خصائصه أنواعه ومجالاته، وسائل وأدوات الاتصال المناسب وأشكاله

---

وتقنياته، أهداف وأهمية الاتصال المناسباتي، جمهور الاتصال المناسباتي، مزايا وأهم العراقيل التي تواجه الاتصال المناسباتي.

- **الفصل الثالث:** تناولنا الجانب الميداني من الدراسة من خلال المعالجة الكمية والكيفية لبيانات الدراسة الميدانية، والتي وزعت على محاور استمارة الاستبيان، كما تضمن هذا الفصل عرض نتائج الدراسة التي قدمت في ضوء التساؤلات ومن خلالها النتائج العامة لموضوع الدراسة.

# الفصل الأول: التأسيس المنهجي للدراسة

## خطة الفصل:

1. الإشكالية
2. أسباب اختيار الموضوع
3. أهمية وأهداف الموضوع
4. منهج وأدوات الدراسة
5. تحديد المفاهيم
6. الدراسات السابقة
7. المقاربة النظرية المعتمدة في الدراسة

## 1. الإشكالية :

شهد العالم تحولات وتطورات كبيرة في جميع الميادين وخاصة في الميدان الاتصالي، والذي يعتبر من أبرز العوامل في إنشاء علاقات اجتماعية بين الأفراد داخل المجتمع في مختلف المجالات ومختلف الأماكن بصفة عامة، والمنظمات والمؤسسات بصفة خاصة نظرا لتطور هذه المؤسسات وكبر حجمها وحاجة جمهورها الداخلي والخارجي لمعرفة كل المعلومات الخاصة بالمؤسسة التي يتعامل معها، فالاتصال يعتبر عنصرا حيويا تهتم به المؤسسة باعتباره العملية التي من خلالها يتم توفير المعلومات والأفكار والخطط والتعليمات والآراء عبر أجزائها والأطراف العاملة بها، فهو بمثابة الشريان النابض للمؤسسة وأحد دعائمها الأساسية والمهمة التي تعتمد عليها أي منظمة سواء كانت إنتاجية أو خدمية أو اقتصادية.

ونتيجة لكل هذه التطورات ظهر نوع جديد من الاتصال والذي يعرف بالاتصال المناسباتي(الحدثي) إذ يعتبر وسيلة اتصال تستخدمه المؤسسة في عملية الترويج لمنتجاتها والتعريف بعلامتها التجارية، وخلق انطباعات جيدة من خلال مختلف النشاطات والأحداث التي تنظمها.

ويعد هذا الأخير أحد أنماط الاتصال المؤسسي الذي تقوم به المؤسسات وفق إستراتيجية عامة تمكنها من بلوغ أهدافها، ويسير الاتصال المناسباتي إلى ابتكار المؤسسات أو تنظيمها لحدث ما ودعوة الجماهير لحضوره، وذلك بغرض تعريفهم وفلسفة ومبادئ المؤسسة وانجازاتها، وكسب ثقة الجمهور والمتعاملين معها وتحسين صورتها وتعزيز سمعتها.

كما نجد أن المؤسسات الجزائرية هي الأخرى تستعمل هذا النوع من الاتصال وهذا راجع إلى انفتاحها على العالم، مما جعلها تشتغل الحدث لضمان بقائها واستمراريتها من خلال

المشاركة في المعارض، المؤتمرات، الأبواب المفتوحة... الخ، ومن هذه المؤسسات نجد ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة التي تعتمد كثيرا على الاتصال المناسب في مختلف المجالات كالمجال الثقافي، الصحي، البيئي، والاجتماعي ومشاركتها في العديد من الأنشطة الخيرية والرياضية، ويشكل الاتصال المناسب حيزا هاما في إطار المعاملات الداخلية والخارجية للمؤسسة، ولقد ازدادت أهميته في السنوات الأخيرة وذلك بتطور وسائل الإعلام والاتصال التي أصبحت جزء لا يتجزأ من عملية إنجاح الأحداث، وإعطاء قيمة معنوية للمؤسسة، إذ يعتبر الاتصال المناسب عنصرا حيويا يستحق الدراسة والاهتمام باعتباره عملية تفاعل جدي يساهم في تمتين وتنمية العلاقات الاجتماعية والتنظيمية، مما ينعكس بالإيجاب على مردود ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة الذي يبعث فيها التجديد، الديناميكية، الإبداع، الابتكار.

وهذا ما دفعني إلى محاولة دراسة الدور الحقيقي للاتصال المناسب الذي تعيشه المؤسسات الجزائرية، وخاصة ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة، وفي هذا الإطار نطرح التساؤل الرئيسي التالي :

**ما هو واقع الاتصال المناسب في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة؟**

ولقد تفرعت عن التساؤل الرئيسي التساؤلات التالية :

- ✓ ما هي مكانة الاتصال المناسب في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة؟
- ✓ ما هي أهداف الاتصال المناسب في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة؟
- ✓ ما هي الوسائل الاتصالية و الاستراتيجيات التي يعتمد عليها الاتصال المناسب في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة؟
- ✓ ما هي العوائق التي تحد من فعالية الاتصال المناسب في تشكيل صورة حسنة عن ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة؟

## 2. أسباب اختيار الموضوع :

### أ- أسباب ذاتية :

- ✓ طبيعة التخصص العلمي الذي ندرسه وعلاقته بموضوع دراستنا.
- ✓ الاهتمام الذاتي لمعرفة دور ومساهمة الاتصال المناسباتي في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة .
- ✓ مبادرة مني بإثراء المكتبة الجامعية لهذا النوع من المواضيع ليستفيد منه طلبة المستقبل المهتمين بنفس الموضوع.

### ب- أسباب موضوعية :

- ✓ وجود إمكانية البحث في الموضوع كونه جديد وواسع.
- ✓ أهمية موضوع الاتصال المناسباتي في وقتنا الحالي ومساهمته في نجاح المؤسسة الجزائرية.
- ✓ قابلية الموضوع للإنجاز والدراسة سواء من الناحية النظرية أو الميدانية.

## 3. أهمية وأهداف موضوع الدراسة :

### أ- أهمية موضوع الدراسة:

تكمن الأهمية العلمية والعملية لموضوع الاتصال المناسباتي(الحدثي) في كونه أحد أهم الاستراتيجيات الاتصالية التي أصبحت تحظى باهتمام كبير من طرف ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة فيعمل الاتصال المناسباتي على ضمان استمرارية المؤسسة وديمومتها، لذلك ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة تولي اهتماما كبيرا بالسياسات الاتصالية التي تسمح بالتعرف بنفسها من خلال الأنشطة التي تقوم بها، وهو يساهم في تحقيق أهدافها المسطرة، ويعتبر شكلا من أشكال الاستثمار في تحسين السمعة والصورة، وفي هذه الدراسة نحاول فهم أهمية طبيعة الدور الذي يلعبه الاتصال المناسباتي في المؤسسة الجزائرية(ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة).

ب- أهداف الدراسة :

نهدف من خلال دراستنا إلى ما يلي :

✓ محاولة الكشف عن واقع دور الاتصال المناسباتي في تحسين صورة المؤسسة الجزائرية.

✓ محاولة التعرف على أهم وسائل وأشكال الاتصال المناسباتي في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة.

✓ محاولة التعرف على الأنشطة والآليات المتبعة من قبل ديوان مؤسسات الشباب في الاتصال المناسباتي.

✓ محاولة التعرف على المكانة التي يحظى بها الاتصال المناسباتي في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة .

✓ محاولة التعرف على كيفية وطرق توظيف الاتصال عن طريق المناسبة من أجل خدمة المؤسسة الجزائرية.

✓ محاولة التعرف على أهم العوائق التي تحد من فعالية الاتصال المناسباتي في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة.

4. منهج وأدوات الدراسة :

أ- منهج الدراسة:

بما أننا سنجري دراسة على مؤسسة لمعرفة واقع الاتصال المناسباتي بها، فقد اعتمدنا في دراستنا هذه على دراسة حالة، لأننا ندرس حالة دور الاتصال المناسباتي ومكانته داخل ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة، ومختلف الأحداث التي تقوم داخلها وخارجها والتي شاركت فيها، وكذلك التطرق إلى طرق هذه الأحداث والجهات المساهمة في هذا التنظيم وبالأخص الجهة المعنية بتنظيم الأحداث.

وهي نوع من الدراسات الوصفية التي تركز على بيانات ومعلومات وحقائق دقيقة وتفصيلية من فرد معين، أو عند سلوك محدد، أو عند موقف مستهدف بالدراسة البحثية أو عن مؤسسة وحتى عن مجتمع معين بكامله.<sup>1</sup>

وهو حسب "منير محمد حجاب: « اختيار عدد محدود من الحالات أو المفردات الممثلة لمجتمع البحث ودراستها دراسة شاملة متعمقة في محاولة لفهم ووصف كل حالة على حدة وتحليل العوامل والقوى الداخلة في كل منها والعلاقات بينهما ومدى الترابط بين هذه العوامل، وذلك بهدف التعرف على الخصائص المشتركة بين هذه الحالات والخصائص التي تنفرد بها أو تميز مفردة أو حالة واحدة بين عدد محدود من الحالات كما أنه المنهج الذي يتجه إلى جمع البيانات العلمية المتعلقة بفرد أو مؤسسة أو نظام اجتماعي وهو يقوم على أساس التعمق في دراسة مرحلة معينة من تاريخ الوحدة أو دراسة جميع المراحل التي مرت بها وذلك بقصد الوصول إلى تعميمات متعلقة بالوحدة المدروسة وبغيرها من الوحدات المدروسة والمتشابهة».<sup>2</sup>

#### ب- أدوات الدراسة :

وبما أن الدراسة الراهنة تتدرج ضمن دراسة حالة فقد اعتمدنا على مجموعة من أدوات دراسة الحالة، وهي الاستمارة والمقابلة والملاحظة باعتبارها تساعد في على وصف الظاهرة الاجتماعية لتحديد طبيعتها ومعرفة خصائصها التي تتعلق بتركيبها ووظيفتها وكذا سلوك الأفراد في تعامل بعضهم مع بعض، فقد تم الاعتماد عليها في جمع المعلومات الخاصة

<sup>1</sup> عبد الناصر جندلي: تقنيات و مناهج البحث العلمي في العلوم السياسية والاجتماعية (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2010)، ص280.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، (القاهرة: دار الفجر للنشر و التوزيع، ط1، 2004)، ص543.

بالبحث وتحليلها، ويعتمد استخدامها على مدى احتياجات موضوع البحث العلمي، وبراعة الباحث وكفاءته في حسن استخدام الوسيلة والإبداع في ذلك.<sup>1</sup>

وقد اعتمدنا في بحثنا على استمارة الاستبيان لجمع المعلومات والبيانات حول موضوع دراستنا، التي تعد وسيلة هامة من وسائل جمع البيانات، وتعرف الاستمارة بأنها: "أداة واحدة لجمع البيانات قوامها الاعتماد على مجموعة الأسئلة المكتوبة للحصول على البيانات التي تفيد في الإجابة على مشكلة من المشكلات".<sup>2</sup>

ووفقا لطبيعة دراستي وموضوعها المحدد واشكالته المطروحة تبين لي الاعتماد على الاستبيان كأداة مركزية وأساسية لجمع البيانات والمعلومات من خلال مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع دراستي "الاتصال المناسباتي في المؤسسة الجزائرية" ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة نموذجا ويتم وضعها في استمارة يجري تسليمها للأشخاص تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها، وتكون الأسئلة متنوعة منها المغلقة وشبه المغلقة موجهة إلى المبحوثين (عمال وموظفين ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة).

وقد مر الاستبيان بمراحل لبنائه، من أهم هذه المراحل:

### أولاً: المرحلة الاستطلاعية

تم القيام بقراءات استطلاعية في شهر جانفي وفيفري 2022 من ثم ضبط المتغيرات مع المشرف وتم بناء الاستبيان وتجريبه على الميدان وكانت الطريقة كالتالي:

- **مرحلة القراءة الاستطلاعية:** تم فيها الاطلاع والبحث في الاتصال المناسباتي في ديوان مؤسسات الشباب.

<sup>1</sup> صلاح الدين شروخ، منهجية البحث القانوني للجامعيين في العلوم القانونية والاجتماعية (عمان: دار العلوم للنشر والتوزيع، 2003)، ص 24.

<sup>2</sup> رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي (عمان: دار دجلة، ط1، 2008)، ص 131.

- **مرحلة الدراسة الاستطلاعية الميدانية:** تم في هذه المرحلة تجريب متغيرات الدراسة من خلال بناء استمارة تتضمن 25 سؤال مفتوح تم توزيعها على موظفين في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة.

### ثانيا: مرحلة ضبط الاستبيان

تم القيام بتعديلات في ضوء المرحلة السابقة التي ساعدت في ضبط متغيرات الدراسة حيث أصبحت تتضمن 5 محاور كالتالي:

**المحور الأول:** بيانات شخصية تضمنت 3 أسئلة.

**المحور الثاني:** مكانة الاتصال المناسب في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة وتضمن 4 أسئلة.

**المحور الثالث:** أهداف الاتصال المناسب في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة وتضمن 7 أسئلة.

**المحور الرابع:** الوسائل الاتصالية والاستراتيجيات التي يعتمد عليها الاتصال المناسب في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة وتضمن 9 أسئلة.

**المحور الخامس:** العوائق التي تحد من فعالية الاتصال المناسب في تشكيل صورة حسنة عن ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة وتضمن سؤالين.

### ثالثا: مرحلة صدق المحكمين والاستبيان النهائي

في هذه المرحلة تم تقديم الاستبيان لثلاثة أساتذة في التخصص والذين أضافوا بعض التعديلات حول الاستبيان وتم الأخذ بهذه الملاحظات المقدمة والعمل بها وتوزيع الاستمارة على المبحوثين.

## (01) جدول يبين قائمة الأساتذة المحكمين:

الاسم واللقب	الدرجة العلمية
صديق بلحاج	أستاذ محاضر (ب)
جميلة أوشن	أستاذة محاضرة (أ)
بوسبعين سعيد	أستاذ مساعد (أ)

واعتمدنا أيضا على المقابلة التي تعرف بأنها: "لقاء بين الشخص المقابل (الباحث أو من ينوب عنه) الذي يقوم بطرح مجموعة من الأسئلة على الأشخاص المستجيبين وجها لوجه، ويقوم الباحث أو المقابل بتسجيل الإجابات على الاستمارات".<sup>1</sup>

وتعرف أيضا: "بأنها وسيلة شفوية، عادة مباشرة أو هاتفية أو تقنية، لجمع البيانات، يتم خلالها سؤال فرد أو خبير عن معلومات لا تتوفر عادة في الكتب أو المصادر الأخرى".<sup>2</sup>

وقد اعتمدنا في دراستنا على المقابلة كأداة ثانوية بعد الاستمارة وأجرينا عدة مقابلات مع مختلف كوادر "ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة"، بدءا بمدير المؤسسة وإطارات ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة منهم رئيس مصلحة التنشيط، ورئيسة فرع النشاطات الاجتماعية والتربوية ومبادلات الشباب، ومستشار الشباب لديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة. الذين أفادوني في الحصول على المعلومات الكافية حول مختلف المناسبات

<sup>1</sup> رحي مصطفى عليان، البحث العلمي: أسسه، مناهجه وأساليبه، إجراءاته (الأردن: المؤتمر للتوزيع، جامعة البلقان التطبيقية)، ص 102.

<sup>2</sup> إبراهيم أبراش، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية (الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، 2008)، ص 265.

والأحداث وعلى واقع الاتصال الحدتي الممارس في مؤسستهم (ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة).

وقد وجهت هذه المحاور بأسئلتها المتعددة إلى الأفراد الآتيين:

### (02) جدول يبين الأفراد الذين أجريت معهم المقابلة

الأفراد المجرى معهم المقابلة	تاريخ إجراء المقابلة	المكان
مدير "ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة	2022\03\28	ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة
رئيس مصلحة الإدارة والوسائل	2022\04\13	ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة
رئيس مصلحة الإعلام والتنشيط	2022\04\13	ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة
رئيسة فرع الإعلام والاتصال والإصغاء والمرافقة	2022\05\02	ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة
رئيسة فرع النشاطات الاجتماعية والتربوية	2022\05\03	ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة

استعملنا المقابلة الغير مقننة لأنها تتميز بالمرونة والحرية التي تتيح للمفحوص التعبير عن نفسه وعن آرائه بصورة تلقائية، وهي أشبه بالاستبيان المفتوح، تستخدم فيها أسئلة مفتوحة".<sup>1</sup>

<sup>1</sup> منذر عبد الحميد الضامن، أساسيات البحث العلمي (عمان: دار المسيرة، ط1، 2007)، ص89.

كما اعتمدنا على الأسلوب المواجه في المقابلة لإتاحة ملاحظة استجابات المفحوصين وكذا الاستفسار من المفحوص، كل فرد تمت المقابلة معه بشكل فردي. وكانت الأسئلة كالتالي:

- 1- ماذا يعني لكم الاتصال المناسباتي؟
- 2- ما هي المناسبات أو التظاهرات التي تنظموها؟ هل هي أسبوعية، شهرية، سنوية؟
- 3- ما هي الخطوات التي تعتمدونها لتنظيم مناسبة أو حدث ما؟
- 4- هل هناك هيئة تعمل على تنظيم الأحداث؟ وما هي هذه الهيئة؟
- 5- ما هي الإمكانيات التي تعتمدونها لتنظيم حدث ما؟
- 6- ما هي الاستراتيجيات المتبعة في تنظيمكم لحدث ما؟
- 7- كيف يتم الإعلان عن المناسبة أو التظاهرة في مؤسستكم؟
- 8- هل تتعرضون لعوائق وعراقيل بكثرة عند تنظيمكم لحدث ما؟ وما هي هذه العراقيل التي تواجهكم أثناء تنظيمكم لحدث ما؟

تم تطبيق الملاحظة أيضا في دراستنا من خلال الزيارات المتعددة لديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة في مجال البحث، وبالتحديد الملاحظة بالمشاركة أو بالمعايشة، حيث قمنا بالمشاركة في الجماعة كأننا أحد أفرادها، والمشاركة في الواقع بتفاعلنا المباشر ومعايشة الظروف والأحداث، "وتعرف الملاحظة بأنها عملية مراقبة أو مشاهدة لسلوك الظواهر والمشكلات والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية، ومتابعة سيرها واتجاهاتها وعلاقتها بأسلوب علمي منظم ومخطط وهادف، بقصد التفسير وتحديد العلاقة بين المتغيرات والتنبؤ بسلوكات الظاهرة وتوجيهها لخدمة أغراض الإنسان وتلبية احتياجاته.

وتعرف أيضا: "بأنها المشاهدة الدقيقة لظاهرة ما، مع الاستعانة بأساليب البحث والدراسة التي تتلاءم مع طبيعة الظاهرة".<sup>1</sup>

## 5. تحديد المفاهيم:

دور:

لغة : دار، يدور، دوراناً، وجمعه "أدوار" أي تحرك باتجاهات متعددة في مكانه.<sup>2</sup>

اصطلاحاً:

يعرفه "محمود عاطف" في قاموس علم الاجتماع: "بأنه نموذج يقوم أساساً على البعض من الحقوق و الواجبات، يرتبط بالموقع المحدد للمكانة داخل الجماعة الموقف أو الاجتماعي، ويتحدد دور الفرد في أي موقف جملة من التوقعات والانتصارات للآخرين، كما ينتظرها لنفسه".<sup>3</sup>

كما عرفه "أحمد زكي بدوي" الدور في معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية بأنه: "السلوك المتوقع من الفرد في الجماعة والجانب الديناميكي لمركز الفرد، فبينما يشير المركز إلى مكانة الفرد في الجماعة، فإن الدور يشير إلى نموذج السلوك الذي يتطلبه المركز، ويتحدد سلوك الفرد في ضوء توقعاته وتوقعات الآخرين منه، وهذه التوقعات تتأثر بفهم الفرد والآخرين للحقوق والواجبات المرتبطة بمركزه الاجتماعي، وحدود الدور تتضمن تلك الأفعال التي تتقبلها الجماعة في ضوء مستويات السلوك في الثقافة السائدة".<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - ربحي مصطفى عليان، مرجع سابق، ص 115.

<sup>2</sup> - ابراهيم ابراش، مرجع سابق، ص 261.

<sup>3</sup> - محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1997)، ص 390.

<sup>4</sup> أحمد زكي بدوي، معجم مصطلح العلوم الاجتماعية (بيروت: مكتبة لبنان، 1993)، ص 395.

## التعريف الإجرائي للدور:

هو مجموعة الوظائف الإعلامية والاتصالية الذي يقوم بها الاتصال الحدتي في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة.

## الاتصال:

## لغة:

الاتصال لغويا في " القواميس العربية": "كلمة مشتقة من مصدر "وصل" والذي يعني أساسا الصلة وبلوغ الغاية".<sup>1</sup>

تعود كلمة الاتصال إلى الجذر وصل ويأتي بمعنى وصل الشيء بالشيء يصله وصلا أي أبلغه ووصل الشيء يعني ربطه.<sup>2</sup>

و في "الحقل اللغوي الأوروبي": " فكلمة اتصال communication مشتقة من لفظ commuais أي communes ومعناه مشترك معناه أو عام، فعندما نقوم بعملية الاتصال فنحن نحاول أن نقدم رسالة مشتركة communes مع شخص أو جماعة أخرى أي أننا نحاول أن نشترك سويا في المعلومات والأفكار والمواقف".<sup>3</sup>

**الاتصال اصطلاحا:** يعرفه "قاموس أكسفورد": "نقل وتوصيل وتبادل الأفكار والمعلومات بالكلام وبالكتابة والإشارات بحيث يتم تبادل المعلومات والأفكار بين مرسل ومستقبل".<sup>4</sup>

<sup>1</sup> فضيل ديليو، الاتصال: مفاهيم، نظرياته، وسائله (القاهرة: دار الفجر للنشر و التوزيع، ط1، 2003)، ص15.

<sup>2</sup> رضوان بلخيري وسارة جابري، مدخل للاتصال والعلاقات العامة (الجزائر: جسور للنشر والتوزيع، ط1 2013)، ص11.

<sup>3</sup> محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (القاهرة: عالم الكتب، ط2، 2000)، ص19.

<sup>4</sup> صيفي أمين و توامية أسماء، "واقع الاتصال بين الإدارة المحلية الجزائرية والمواطن" (مذكرة ماستر علوم سياسية، جامعة 5 ماي 1945، قالمة، 2014\2015)، ص19.

كما يشير لفظة الاتصال في معناه الاصطلاحي العام إلى: "انتقال وتبادل المعلومات التي تتم بين الأفراد من خلال تعاملاتهم وتفاعلاتهم المشتركة بما يؤثر على مدركاتهم واستجاباتهم السلوكية" وهو يشمل على العناصر التالية:

مرسل ← الرسالة ← الوسيلة ← مستقبل.

والتبادل لا يتم إلا إذا وقع بين شخصين أو أكثر نحو تحقيق هدف معين.<sup>1</sup>

يرى عالم الاجتماع "تشارلز كولي": "بأن الاتصال يعني ذلك الميكانيزم الذي من خلاله توجد العلاقات الإنسانية وتنمو وتتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمان، وتتضمن تعبيرات الوجه والإيماءات والإشارات، ونغمات الصوت والكلمات والطباعة والهاتف".<sup>2</sup>

### التعريف الإجرائي للاتصال:

هو تبادل الأفكار والآراء والمعلومات بين موظفين وإطارات ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة، ومع المؤسسات الأخرى والجمهور الخارجي، قصد توفير أكبر قدر من المعلومات حول نشاط ما، لتحقيق التفاهم وغرس الثقة بينهم، والتنسيق بين مختلف أنشطتها وأعمالها للوصول إلى تحقيق أهدافها.

### الحدث:

لغة: يعرفه "المعجم الفني": "حدث، يحدث، حادثة، حدوث".

"حدث الشيء كان حديثاً"

<sup>1</sup> رضوان بلخيري، مرجع سابق، ص20.

<sup>2</sup> رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال: المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية (الأردن: عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، دن، 2002)، ص12.

ويعرف الحدث في "معجم الوسيط": "الشيء حدوثاً، وحادثة، نقيض قدم، والأمر حدوثاً وقع (أحدث) ".<sup>1</sup>

أما في "لسان العرب": "الحديث نقيض القديم، الحدوث نقيض القدمة، حدث الشيء، يحدث حدثاً وحادثة وأحدثه هو فهو محدث وحديث وكذلك استحدثه وأخذ من ذلك ما قدم وحدث".

يعرف أيضاً: "حدث (فعل) حدث، حدث عن، حدث من، يحدث، حدثاً، فهو حادث والمفعول محدوث عنه".

حدث الأمر وقع وحصل.

حدث الشيء كان جديداً، عكسه قدما.

حدث يحدث، مصدراً حادثة.<sup>2</sup>

**التعريف الاصطلاحي للحدث:**

هو تنظيم مظاهر، تجمع مجموعة من الأفراد نفس المكان من أجل مناسبة معينة في ووقت معين.

وتعرفه "الجمعية الفرنسية لوكالات الاستشارة في الاتصال الحدثي وسياحة الأعمال الحدث" على أنه: "عبارة عن فعل اتصالي منظم يسعى إلى التأثير على الأفراد من أجل تحقيق هدف محدد".<sup>3</sup>

<sup>1</sup> [WWW.majim.com/dictionary](http://WWW.majim.com/dictionary). Consulté le: 02/04/2022,14:51.

<sup>2</sup> [WWW.almany.com/an/dic/an,an](http://WWW.almany.com/an/dic/an,an). Consulté le : 02/04/2022, 21:13.

<sup>3</sup> حسان حجاج، "الاتصال الحدثي في المؤسسة الجزائرية"، دراسة ميدانية لمكانة الاتصال الحدثي في المديرية الجهوية للتوزيع سونلغاز شرق قسنطينة 2 (رسالة ماجستير تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة منتوري قسنطينة، 2009\2010)، ص37.

ويتخذ الحدث عدة أشكال (معرض، مهرجان، مؤتمر، رعاية ...)

هذا الحدث عادة ما يتم تصميمه وإنجازه من طرف أو عن طريق وكالة اتصالية متخصصة، يطلق عليها اسم (وكالة مناسباتية) يمكن للحدث كذلك تصميمه من داخل المؤسسة عن طريق أو من طرف قسم أو مصلحة الاتصال لوحدها أو الاتصال بمتطوعين من الجمعيات.<sup>1</sup>

### التعريف الإجرائي للحدث:

هو عبارة عن وسيلة اتصالية أو نشاط اتصالي تنظمه ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة أو تشارك فيه من أجل تحقيق أهداف أساسية كتحسين الصورة وتقوية السمعة.

### الاتصال الحدثي:

هو وسيلة اتصال خارج وسائل الإعلام الداخلية والخارجية، يستخدم من قبل المؤسسات أو المنظمات بهدف تنظيم حدث، وعموما يأخذ شكل صالونات، معرض، احتفالات، تقديم جوائز وغيرها. الاتصال الحدثي ينظم مجموعة من العمليات وهي الخلق المعتمد على الأفكار الإبداعية سواء على مستوى فكرة الحدث، أو في كيفية صناعته من تحديد المكان المناسب، التوقيت ... وأيضا التسيير المتمثل في الجانب العقلاني والترشيدي للميزانية والوسائل، تقسيم العمل بين الفرق وغيرها من عمليات الاتصال الحدثي، كما لا ننسى الترويج المتضمن لعمليات الدعاية والإعلان للحدث والغرض منه، كما تطرق كذلك إلى أن الحدث يحمل عدة طبوع وذلك راجع للمنظم الذي يشغل الحدث".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عرابيبة محمد كريم ونواري أمال، "الاتصال الحدثي بين التأسيس والتأصيل"، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، العدد 1، جامعة محمد الشريف مساعدي، سوق أهراس، 2016، ص 108.

<sup>2</sup> أيوب رقاني، "أثر الاتصال الحدثي على تفعيل العلاقات الحوارية"، دراسة ميدانية بالمؤسسة المتحفية أحمد باي قسنطينة، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 49، جامعة صالح بونيدر، قسنطينة 3، الجزائر، 2018\07\01، ص 157.

ويعرف أيضا بأنه: "تقنية اتصالية تركز على إبداع أو خلق أحداث لمؤسسة معينة سواء موجودة أو مرغوبة فيها، وترتبط بحدث خارق للعبادة، محاولة دعوة أكثر عدد ممكن من الجمهور المستهدف المدعو للتفاعل مع هذا الحدث، ويمكن أن يستهدف الاتصال الحدثي لزيائن أو المستهلكين، الصحافة، الأجراء لمؤسسة ما... الخ".

وتستعمل أكثر من أحداث من التظاهرات الرياضية، الاجتماعية، الصحية، الثقافية، ويمكن التأكيد أن بعض نشاطات الاتصال الحدثي تعتمد على العلاقات العامة.<sup>1</sup>

**التعريف الإجرائي للاتصال الحدثي:** هو عبارة عن جميع الأحداث والمناسبات التي يقوم بها ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة، لنقل معلومات إلى الجماهير الداخلية أو الخارجية أو المختلطة، ومن أجل تحقيق أهداف خاصة أو عامة.

## 6. الدراسات السابقة:

**أولاً:** بعنوان الاتصال الحدثي في المؤسسة الجزائرية، دراسة ميدانية لمكانة الاتصال الحدثي في المديرية الجهوية للتوزيع سونلغاز شرق قسنطينة 02 من إعداد الباحث حسان حجاج مذكرة مكملة لنيل الماجستير تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة منتوري بقسنطينة 2010\2009.<sup>2</sup>

تطرق الباحث في اشكاليته إلى اعتبار أن الاتصال الحدثي من أهم الوسائل التي تساعد على تحقيق التنمية في المؤسسات، وتعمل على تحسين سمعتها وصورتها وذلك من خلال الدور الذي يلعبه هذا الاتصال في المؤسسات، وفي هذا السياق طرح الباحث التساؤل

<sup>1</sup> سمية بورقعة، "الاتصال الحدثي عبر مواقع التواصل الاجتماعي"، صفحة فيسبوك، قسنطينة عاصمة الثقافة العربية، حوليات جامعة قالمة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 13، جامعة باجي مختار، عنابة، 13 ديسمبر 2015، ص 297.  
<sup>2</sup> حسان حجاج، "الاتصال الحدثي في المؤسسة الجزائرية"، مرجع سابق.

## الرئيسي التالي: ما مكانة الاتصال الحدتي في الإستراتيجية الاتصالية للمديرية الجهوية للتوزيع سونلغاز شرق قسنطينة 02؟

وقد انبثقت عن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات وهي كآآتي:

هل كان للتوجهات الحديثة في مجال تسيير المؤسسات دور في تحديد مكانة الاتصال

الحدتي في المديرية الجهوية للتوزيع سونلغاز شرق قسنطينة 02 ؟

- ما هي الإمكانيات التي تسخرها المديرية الجهوية للتوزيع سونلغاز شرق قسنطينة 02؟

ولقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي، وتمثلت عينة الدراسة في العينة

العشوائية البسيطة، وكان الحجم المحدد هو 110 فرد، وفي الأخير اعتمد الباحث في

دراسته على مجموعة من التقنيات لجمع المعلومات وهي: الملاحظة، المقابلة، الاستمارة.

**وأهم النتائج التي توصل إليها الباحث هي:**

- وسائل الاتصال العلاقات العامة والرعاية والأعمال الخيرية هي الأكثر استعمالا المديرية الجهوية للتوزيع سونلغاز شرق قسنطينة 02.

- الاتصال الحدتي يعتبر وسيلة هامة في المؤسسة من أجل تحقيق السمعة وصورة المؤسسة المكلفة بالاتصال هي التي تقوم بالإشراف على تنظيم الأحداث.

- إن المؤسسة موضوع الدراسة تعمل على توفير مختلف الإمكانيات المتاحة مالية، مادية وبشرية سواء داخلية أو خارجية من أجل تحقيق أهداف داخلية تمس العمال كالتحفيز والفخر...الخ، وتحسين سمعة وصورة المؤسسة في محيطها.

**التعليق على الدراسة:**

استفدت من هذه الدراسة في:

- ساعدتني هذه الدراسة في فهم موضوع دراستي.

- ساعدتني في الإطار النظري خاصة مع قلة الكتب التي تناولت موضوع الاتصال الحديث.

- الاطلاع على الاستمارة .

- استقدت منها أيضا في كيفية تحليل النتائج، في جمع المعلومات وتبويبها والتعليق عليها.

بالرغم من استفادتنا من بعض المعلومات التي تضمنتها هذه الدراسة، إلا أنها لم تكن محيطة بكل جوانب الموضوع بحيث وجدنا نقائص في المعلومات الخاصة بالاتصال الحديث التي تم تعويضها بمعلومات أخرى تخص مواضيع غير هذا النوع من الاتصال من أجل تغطية تلك النقائص.

**ثانيا:** بعنوان الاتصال الحديث في المؤسسة التجارية والخدمية في الجزائر "دراسة ميدانية للاتصال الحديث في المؤسسات السياحية والثقافية للباحث حسان حجاج، في إطار نيل شهادة الدكتوراه في الإعلام و الاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة 03 ولاية قسنطينة سنة 2015\2016.<sup>1</sup>

وقد تطرق الباحث في هذه الدراسة إلى إشكالية تتعلق بالاتصال الحديث وعلاقته بالمؤسسات الثقافية والسياحية وبالإضافة إلى كيفية توظيف وسائل وتقنيات هذا النوع من الاتصال في ترقية وتطوير المناطق والأقاليم. وفي هذا السياق طرح الباحث التساؤل الرئيسي التالي: **كيف تستعمل المؤسسات السياحية والثقافية الاتصال الحديث وتقنياته لخدمة التراث الثقافي والسياحي لمنطقة قسنطينة؟**

<sup>1</sup> حسان حجاج، "الاتصال الحديث في المؤسسة التجارية والخدمية في الجزائر" دراسة ميدانية للاتصال الحديث في المؤسسات السياحية والثقافية، (أطروحة دكتوراه في الإعلام و الاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة جامعة قسنطينة 03، قسنطينة، 2015\2016).

و لقد تفرعت عن التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

- ماذا يمثل الاتصال الحدثي بالنسبة للتراث المحلي للمنطقة؟
- في ماذا يخدم الاتصال الحدثي تراث المنطقة؟
- ما هي الاستراتيجيات والوسائل التي يعتمد عليها الاتصال الحدثي لتقييم وترقية التراث المحلي؟

ولقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي، وتمثلت عينة الدراسة في العينة القصدية وقمّمها بين الإطارات المسيرة والإطارات المكلفة بتسيير المصالح التي تخدم موضوع البحث كخلايا الاتصال ومصالح النشاطات.

وقد اعتمد الباحث في جمع البيانات والمعلومات الخاصة على بعض الأدوات والتقنيات كالمقابلة والاستمارة، والملاحظة بالإضافة إلى تحليل وثائق المؤسسة صور والأحداث.

### وأهم النتائج التي توصل إليها الباحث هي:

- اغلب الوسائل الاتصالية التي تأخذ شكل الحدث أو تدور حوله في المؤسسات السياحية والثقافية التي تستهدف ترقية التراث المادي وغير المادي والتراث السياحي لقسنطينة تكون في شكل معارض أبواب وأيام دراسية، مؤتمرات، صالونات... الخ.
- التقنيات الحديثة التي تأخذ شكل عمليات تبني في رعاية خاصة في مجال التراث الثقافي المادي وغير المادي الموجه لفائدة المجتمعات لثقافية المحلية التي تقوم بالعديد من النشاطات بصفة دورية.
- المؤسسات الثقافية تستخدم جميع الوسائل الحديثة التي تستعمل الاتصال في العلاقات العامة بالتنسيق مع الجمعيات المحلية، المتاحف، المسارح، الحرفيين، دور الشباب، المؤسسات الإعلامية، الجامعات والمدارس .

- تزايد استعمال الاتصال الحثي جاء نتيجة الاستعدادات التي تقوم بها المؤسسات السياحية والثقافية تحضيراً لسنة عاصمة الثقافة العربية 2015.

### التعليق على الدراسة:

لقد أفادنتي هذه الدراسة في الإمام بموضوع الاتصال الحثي، مما ساعدني على إثراء أكثر، أيضاً في طريقة معالجة الموضوع والاطلاع على بعض المعلومات التي تخص أبرز تقنيات الاتصال الحثي، كما أفادنتي أيضاً في تحديد خطة لموضوع بحثي، إضافة إلى الاعتماد عليها في الجانب النظري.

**ثالثاً:** بعنوان الاتصال الحثي في المؤسسات المتحفية الجزائرية "دراسة ميدانية تحليلية للحدث الاتصالي في شهر التراث 2016 بالمؤسسة المتحفية أحمد باي قسنطينة" للباحث أيوب رقاني، في إطار نيل شهادة الدكتوراه في الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم الاتصال والعلاقات العامة، جامعة صالح بونيدر قسنطينة 03، سنة 2017.<sup>1</sup>

وتدور إشكالية الدراسة حول: كيف تعمل المؤسسة المتحفية أحمد باي قسنطينة على تنظيم الحدث الاتصالي وما هي الأهداف الاتصالية المراد تحقيقها من وراء ذلك؟.

وتفرعت عن السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي الترتيبات التي تقوم بها المؤسسة المتحفية أحمد باي لتنفيذ الحدث الاتصالي؟
- هل استطاعت المؤسسة المتحفية من وراء استخدام الاتصال عبر الحدث في جذب الجمهور و زيادة وعيه بأهمية التراث الثقافي؟

<sup>1</sup> أيوب رقاني، مرجع سابق.

- هل تمكنت المؤسسة المتحفية عبر الاتصال بالحدث أن تبني علاقات طيبة وصورة حسنة مع جمهورها؟

وقد اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، قد طبق أسلوب المعاينة القصدية على الفئة الأولى والمتمثلة في القائمين على الحدث (الفاعلين)، وطبق العينة العرضية أو الصدفية على الفئة الثانية وهي عبارة عن مجموعة من الجماهير والمتفاعلين مع الحدث الاتصالي وعددهم 43 مفردة، ضف إلى ذلك استخدامه لعينة قصدية تمثلت في تحليل صفحة الفيسبوك الخاصة بالمؤسسة المتحفية وموقعها الإلكتروني وكما اعتمد الباحث في جمع بياناته على أداة الملاحظة بالمشاركة والمقابلة الغير مقننة، وأداة تحليل المضمون.

### وأهم النتائج التي تحصل عليها الباحث هي:

- المؤسسة المتحفية أحمد باي دعامة محتضنة للحدث في معظم نشاطاتها المنظمة بمناسبة شهر التراث وحتى أحداث أخرى خارج هذه المناسبة .
- سعي المؤسسة المتحفية أحمد باي إلى محاولة خلق وبناء صورة حسنة يكفل لها الاستمرار والنجاح في نشاطاتها وتحقيق أهدافها.
- تستعمل المؤسسة المتحفية احمد باي العديد من الوسائل بغية إقامة روابط وثيقة مع مختلف الجماهير النوعية والعادية المتواجدين ضمن النطاق الجغرافي أو الجوّاري للمؤسسة وذلك بهدف إنجاح مختلف الاتصالات الحديثة المقامة على مدار شهر التراث وإعطائهم صورة حسنة عند الجمهور.

## التعليق على الدراسة:

وقد أفادنتي هذه الدراسة في معرفة كيفية استخدام الاتصال الحداثي في المؤسسة المتحفية أحمد باي ومختلف أشكاله، ومعرفة أيضا الخطوات التي يمر بها صناعة الحدث في شهر التراث .

كما أفادنتي في الإحاطة أكثر بموضوع الاتصال عبر الحدث في المؤسسات الجزائرية والذي يدور حوله موضوع دراستنا.

رابعاً: بعنوان الاتصال الحداثي في المؤسسات الجزائرية -التقنيات والآليات- مؤسسة موبيليس نموذجاً للباحث عرابية محمد كريم رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال مؤسساتي، جامعة محمد سوق أهراس، سنة 2019\2020.<sup>1</sup>

وتدور إشكالية الدراسة حول محاولة الكشف عن واقع ممارسة الاتصال الحداثي لمؤسسة موبيليس، من خلال التركيز على التقنيات والآليات المعتمدة ومعايير انتقائها والوقوف على الصعوبات التي تواجهها تجسيدها من خلال طرح الباحث التساؤل الرئيسي التالي: ما هي التقنيات والآليات التي تعتمدها مؤسسة موبيليس في ممارستها للاتصال الحداثي؟

وتفرعت عن السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي تقنيات الاتصال الحداثي المستخدمة في مؤسسة موبيليس وما هي معايير انتقائها؟
- ما هي الآليات للاتصال الحداثي وكيف يتم تحديدها في مؤسسة موبيليس؟

<sup>1</sup> عرابية محمد كريم، "الاتصال الحداثي في المؤسسات الجزائرية -التقنيات و الآليات- مؤسسة موبيليس نموذجاً (أطروحة دكتوراه في الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال مؤسساتي، جامعة محمد سوق أهراس 2019\2020).

- ما هي صعوبات تجسيد الاتصال الحدتي في مؤسسة موبليس؟

وقد اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج المسحي، وتمثلت عينة الدراسة في العينة القصدية وتكون مجتمع الدراسة من فئتين فئة مسؤولي مؤسسة موبليس والممثلة في مدراء الوحدات الجهوية ومسؤولي المديرية العامة الذين لديهم علاقة مباشرة بموضوع الدراسة والفئة الثانية هو الجمهور المتلقي للمضمون الحدتي.

وقد اعتمد الباحث في جمع البيانات والمعلومات الخاصة على بعض الأدوات والتقنيات الملاحظة، والمقابلة ثم الاستمارة بالإضافة إلى الاطلاع على الوثائق والتقارير الإدارية.

**وأهم النتائج التي تحصل عليها الباحث هي:**

- تعتمد مؤسسة موبليس على تقنيات مرتبطة بمدى تنظيم المؤسسة لحدث تابع لها والتي ظهرت أساسا في (الصالون، الأبواب المفتوحة، إطلاق منتج جديد، افتتاح، منوعات غنائية، أعياد ميلاد، تكريمات رأس السنة الميلادية أو الهجرية، ملتقيات ومؤتمرات...).
- أما عن التقنيات المرتبطة بمدى مساهمة المؤسسة في حدث آخر لا تنظمه فهي تلجأ إلى (رعاية أحداث خارجة عن المؤسسة، تقديم أعمال خيرية لأحداث خارجة عن المؤسسة، الوصاية على أحداث أخرى، الشراكة في تنظيم حدث آخر مع مؤسسة أخرى).

**التعليق على الدراسة:**

وقد أفادنتي هذه الدراسة في معرفة كيفية استخدام الاتصال الحدتي في مؤسسة موبليس، وأفادنتي أيضا في طريقة معالجة الموضوع والاطلاع على بعض المعلومات التي تخص أبرز تقنيات وآليات الاتصال الحدتي في مؤسسة موبليس، واعتمدت عليها كثيرا في الجانب النظري لدراستي.

## 7. المقاربة النظرية المعتمدة في الدراسة:

قمنا في هذه الدراسة بتبني نظرية البنائية الوظيفية.

## أ- نشأة النظرية البنائية الوظيفية:

ظهرت النظرية البنائية الوظيفية في أعقاب ظهور البنائية الاجتماعية على أيدي كل من "كلودس يوزر" والوظيفية البنائية على يد العالم البريطاني "هربرت سبنسر"، جاءت كرد فعل لتراجع الضعف والإخفاق الذي منيت به كل من البنيوية والوظيفية لكون كل منهما أحادية الاتجاه، ذلك أن البنيوية تفسر المجتمع والظاهرة الاجتماعية وفقا للإجراءات والنتائج والمكونات والعوامل المنفردة التي يتكون منها البناء الاجتماعي بعيدا وظائف هذه الأجزاء والنتائج، في حين الوظيفية تفسر الظاهرة تفسيراً يؤخذ بعين الاعتبار نتائج وجودها وفعاليتها بعيدا عن بنائها والأجزاء التي يتكون منها.

لهذا ظهرت البنائية الوظيفية لتتطرق إلى الظاهرة أو الحادثة الاجتماعية على أنها وليدة الأجزاء والكيانات البنيوية التي تظهر في وسطها وأن لظهورها وظيفة اجتماعية لها صلة مباشرة بوظائف الظواهر الأخرى للبناء الاجتماعي.<sup>1</sup>

## ب- تعريف البنائية الوظيفية:

عرفت النظرية الوظيفية تسميات عدة مثل النظريات البنائية الوظيفية، نظريات التحليل الوظيفي، النظريات المحافظة، وغيرها من التسميات.

أما عن مفهوم البنائية الوظيفية فهي مركبة من جزأين:

– البناء **Structure**: وهو مصطلح يشير إلى الطريقة التي تنظم بها أنشطة المجتمع.

<sup>1</sup> غني ناصر وحسين قريشي، المداخل النظرية لعلم الاجتماع (عمان: دار صفاء للنشر و التوزيع، 2011)، ص160.

- **الوظيفية Fonction:** ويشير هذا المصطلح إلى ماهية شكل معين من الأنشطة المتكررة في الحفاظ على استقرار وتوازن المجتمع.<sup>1</sup>

### ج- مبادئ نظرية البنائية الوظيفية:

- يتكون المجتمع أو المؤسسة من أجزاء أو وحدات مختلفة بعضها مع بعض إلا أنها مترابطة ومتساندة ومتجاوبة وحداتها مع الأخرى.
- كل جزء من أجزاء المنظمة أو النسق له وظائف بنيوية تابعة عن طبيعة الجزء.
- تفسر النظرية لتغير الاجتماعي بتغير جزئي يطرأ على أحد الوحدات التركيبية، وهذا التغير سرعان ما يؤثر في بقية الأجزاء إذ يغيرها من طور إلى آخر.<sup>2</sup>
- وجود نظام قيمي أو معياري تسيير البنى الهيكلية للمجتمع أو المؤسسة في مجاله وهذا النظام هو الذي يقسم العمل على الأفراد ويحدد واجبات كل فرد وحقوقه، كما يحدد أساليب اتصاله وتفاعله مع الآخرين.
- المؤسسة تتكون من أجزاء أو عناصر لكل منها وظائفها الأساسية.
- الوظائف التي تؤديها المؤسسة تهدف إلى إشباع حاجات الأفراد أو المؤسسات وهذه الحاجات قد تكون حاجات أساسية، اجتماعية، أو روحية.
- تعتقد البنائية الوظيفية بنظام اتصال أو علاقات إنسانية تمرر عن طريقه المعلومات عن المراكز القيادية إلى المراكز القاعدية أو العكس.<sup>3</sup>

### د- رواد البنائية الوظيفية:

- اميل دوركايم: أحد أبرز الرواد والمنظرين للبنائية الوظيفية، اهتم بالأجزاء المكونة للنسق وعلاقة الأجزاء ببعضها البعض، وكيفية تأثيرها على المجتمع.

<sup>1</sup> صليحة شلواش، واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة وأثرها على العمل الصحفي (رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2011\2012)، ص 109.

<sup>3</sup> إحسان محمد الحسن، النظريات الاجتماعية المتقدمة (الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع، 2005)، ص 57.

- "تالكوت بارسونز": يعد "بارسونز" أحد مطوري الاتجاه البنائي الظيفي وقد جاء بمفهوم "الفعل الاجتماعي" الذي يعتبر أصغر وحدة في التحليل السوسيولوجي للواقع.
- "روبرت ميرتون": لم يؤمن "ميرتون" بالنظرية الكبرى التي جاء بها "بارسونز" واعتبرها غير دقيقة وغير واضحة، وجاء بالنظرية متوسطة المدى التي تقوم على التجريد والكشف عن مفاهيم محددة إجرائيا ومرتبطة بشكل مباشر بالبحث.
- "أوغست كونت" نظر "كونت" للمجتمع على أنه كائن عضوي جمعي يتميز بالانسجام والتناغم بين أجزاء المفردة من ناحية وبين الكل المكون له من ناحية أخرى، أن غياب الانسجام والتناغم بين هذه الأجزاء وبين الكل داخل النسق الاجتماعي يدل على وجود أمراض اجتماعية.<sup>1</sup>

### نقد النظرية البنائية الوظيفية:

- من أهم الاتجاهات الكبرى في تفسير البناء الاجتماعي للمجتمع، إلا أنه وجه لها بعض الانتقادات اعتبرت ثغرة تفسيرية، انطلقت من الأخطاء التي حملتها بعض المفاهيم الخاصة بها ومحاكاتها لعلوم أخرى تتسم بالثبات والدقة، ومن أهم الانتقادات ما يلي:
- إن هذا الاتجاه بالغ كثيرا في محاكاة البيولوجيا ويرجع هذا إلى الحقبة التي ظهر فيها هذا الاتجاه حيث سيطرت العلوم الطبيعية بصفة عامة والبيولوجيا على الخصوص، فالمبالغة في محاكاة العلوم الطبيعية تجعل من لباحث لا يدرك الفروق الجوهرية بين طبيعة كل من الواقع الاجتماعي و ظواهره و الطبيعة و ظواهرها.
- المبالغة في تقدير أهمية الاشتراك في القيم من خلال التحيز المسبق لنسق بعينه وتفضيله على غيره وتدليله في بعض الأحيان.

<sup>1</sup> الزبير بن العون، تحليل سوسيولوجي للصراع في الهيئات المحلية المنتخبة (رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2012)، ص 120.

- إهمال فكرة الصراع الاجتماعي رغم أنه مفهوم أساسي في فهم وتفسير تطور المجتمعات البشرية.<sup>1</sup>

### إسقاط المقاربة البنائية الوظيفية على موضوع الدراسة:

تندرج الدراسة التي نحن بصدد إنجازها تحت عنوان "دور الاتصال المناسب في المؤسسة الجزائرية" ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة نموذجاً وبناءاً على ذلك فقد رأينا أن الاعتماد على المقاربة البنائية الوظيفية تمكننا من فهم الدور الذي يقوم به الاتصال المناسب في تحسين صورة المؤسسة الجزائرية انطلاقاً من "ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة" نظام متكامل ومترابط العناصر والأجزاء، وهو مؤسسة تتكون من مجموعة من المصالح ولكل مصلحة دورها ومهامها، فهي تضمن عملية سير أنشطة الاتصال المناسب، وتعتبر هذه الأخيرة أحد الركائز الفرعية من الأنشطة التي تقوم بها مصالح المؤسسة للعمل، الانسجام والتفاعل الحاصل مع محيطها بغية خلق جو من التكيف والتوازن.

فنشاط الاتصال المناسب ضروري في المؤسسة للتعريف بها وتحسين سمعتها، حيث يعمل على خلق صلات وروابط بين المؤسسة وجمهورها، من خلال اعتماد هذه الأخيرة على جملة من الأساليب والتقنيات والوسائل التي تمكنها من إعطاء قيمة معنوية للمؤسسة والعمل على ترسيخها من خلال هذه النشاطات، فقد اعتمدنا على النظرية في شقها النظري والميداني وكذلك في صياغة تساؤلات الدراسة.

<sup>1</sup> نبيل حميدشة، "البنائية الوظيفية ودراسة الواقع و لمكانة"، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، العدد 05، سكيكدة، الجزائر، (ماي 2010)، ص 490.

## الفصل الثاني: طبيعة الاتصال المناسباتي.

## خطة الفصل:

المبحث الأول: تعريف الاتصال المناسباتي تطوره و خصائصه وأهم أنواعه ومجالاته.

- 1-1 تعريف الاتصال المناسباتي
- 2-1 نشأة وتطور الاتصال المناسباتي
- 3-1 خصائص الاتصال المناسباتي
- 4-1 أنواع ومجالات الاتصال المناسباتي

المبحث الثاني: وسائل وأدوات وأشكال الاتصال المناسباتي

- 1-2 وسائل وأدوات الاتصال المناسباتي
- 2-2 أشكال الاتصال المناسباتي

المبحث الثالث: أهداف وأهمية الاتصال المناسباتي وجمهوره والعراقيل التي تواجهه.

- 1-3 أهداف وأهمية الاتصال المناسباتي
- 2-3 جمهور الاتصال المناسباتي
- 3-3 مزايا وعراقيل الاتصال المناسباتي

## خلاصة الفصل

المبحث الأول: تعريف الاتصال المناسباتي تطوره وخصائصه وأهم أنواعه ومجالاته.

### 1-1 تعريف الاتصال المناسباتي:

على الرغم من تباين وجهات النظر حول ماهية الاتصال المناسباتي و عدد موجود إجماع حول تحديد تعاريف واضحة لبعض النشاطات الاتصالية الحديثة التي تقوم بها المؤسسة نظرا للتداخل الكبير بين العديد من التخصصات التي تتشارك مع الاتصال في العديد من المهام كالتسويق والإشهار والعلاقات العامة، وإن العديد من التعاريف المتاحة لمصطلح الاتصال المناسباتي(الحديثي) كانت نتيجة لطبيعة النشاط الاتصالي الذي تقوم المؤسسة من جهة، ولتوجهات الباحثين وتخصصاتهم أنفسهم من جهة أخرى، إضافة إلى التعاريف المرتبطة بالعلاقات الموجودة بين الحدث وطريقة تواصل واتصال المؤسسة مع جماهيرها.<sup>1</sup>

حسب "Babkine &Rosier": "تتعلق الحديثة بالإعلام، الجمع والتوحيد حول أي عنصر من خلال الحدث وعادة ما يعتبر الاتصال الحديثي جزء من عالم الاتصال وتسمح بالالتقاء بطريقة أكثر إنسانية، ويهدف هذا الفعل الاتصالي الدقيق(المنظم) لترك انطباع جيد لغرض معين ومحدد من طرف الراعي".<sup>2</sup> نفهم من هذا النوع من الاتصال هو عملية إعلامية أساسها رسالة تدور حول الحدث، وتعمل على التعريف به، لأنه قادر على توحيد الناس وخلق فضاء حقيقي للتواصل، باعتباره أهم نوع من أنواع الاتصال خارج وسائل الإعلام القائم على الاتصال المباشر والمواجهي مع عدد غير من الجماهير في مكان وزمان واحد والتأثير على حواسهم. وعليه فمفهومنا للاتصال الحديثي ضمن هذه الدراسة هو وسيلة اتصالية تستخدمها ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة بغرض تنظيم حدث معين قد يكون ذو طابع ثقافي كالمهرجانات والسهرات والمسابقات الفنية، الاحتفالات الموسمية... الخ.

<sup>1</sup> حسان حجاج، "الاتصال الحديثي في المؤسسة الجزائرية"، مرجع سابق، ص37.

<sup>2</sup> أيوب رقاني، "أثر الاتصال الحديثي على تفعيل العلاقات الجوارية"، مرجع سابق، ص158.

أما تعريف "ميلودي ع.العزوزي": يعتمد اتصال الحدث حدثاً معيناً يجتذب أو يتيح التأم جمهور محدد تستهدفه المؤسسة باتصالها مثل: افتتاح مشروع جديد، حدث بارز في إنجازات المؤسسة، تظاهرة ثقافية أو اجتماعية أو رياضية، مناسبة أو ذكرى مهمة في حياة المؤسسة، الخ...، وهو ذو بعدين: مؤسسي(موضوعه المؤسسة، وتسويقي(موضوعه منتج أو خدمة أو علامة تجارية)، أما من حيث الاستهداف فيتم تنظيمه لغايتين أساسيتين:

- كأداة للاتصال المؤسسي الداخلي: من أجل تحفيز أعضاء المؤسسة على العمل والتوافق و تفعيلهم وتعزيز العلاقات الإنسانية بينهم، و تدعيم ارتباطهم بمؤسستهم.
- كأداة للاتصال المؤسسي الخارجي: بغية توسيع شهرة المؤسسة وتحسين سمعتها أو الحفاظ عليها، وإشاعة صورتها وتثبيتها عند الجمهور المستهدف. <sup>1</sup> من خلال هذا التعريف تبين لنا أن الاتصال الحدثي هو واحد من أدوات الاتصال المؤسساتي غير الإعلاني داخلي كان يهتم بمختلف الفاعلين داخل المؤسسات أو خارجي يتعلق بالجمهور الخارجي ومدى تكوين صورة وشهرة المؤسسة.

أما تعريف الموسوعة الالكترونية "Encarta 2009": "إن هذا النوع من الاتصال هو نوع من أنواع الإشهار المباشر والذي يستعمل إما العلاقات العامة أو الأعمال الخيرية والرعاية من أجل المحافظة على صورة حسنة للمؤسسات". لقد اعتبر الاتصال المناسباتي (الحدثي) على أنه نوع من الإشهار يستعمل العلاقات العامة أو الأعمال الخيرية للمحافظة على الصورة مع العلم أن الغاية الأولى التي يصبو الإشهار إلى تحقيقها تخص المنتج والنتائج المادية، على عكس ما أشارت إليه الموسوعة في أن الإجماع الدارسين لهذا التخصص بأن الاتصال المناسباتي يهدف إلى التأثير في السمعة والصورة بالدرجة الأولى.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ميلودي ع.العزوزي، "الاتصال المؤسساتي:أساسيته، تطبيقاته، ادارته." (الدار البيضاء، مطبعة النجاح الجديدة،2007)، ص216،217.

<sup>2</sup> [www.anae.org](http://www.anae.org) la communication événementielle 2005.17/04/2022 .H14:00.

## 1-2- نشأة وتطور الاتصال المناسباتي:

كانت الأحداث موجودة دائما منذ قديم الأزل فتخللها التاريخ والحضارة، وذلك بسبب الحاجة إلى كسر الروتين اليومي وخلق حيوية للعيش بشكل أفضل في المجتمع، ومن الصعب تحديد تاريخ ميلاد الحدث بدقة.

في مصر القديمة كان تتويج الفرعون الجديد بمثابة احتفالا حقيقيا وفخما، ومن هنا يجب استيعاب بدايات تنظيم الأحداث، لأن كل عنصر من العناصر الموجودة في المجتمع لديها علاقة بالحدث (مكان، زمان، المرسل، الجمهور المستهدف، الرسالة الموجهة المنقولة...) ولا يمكن لهذه الأخيرة أن تتحقق بسهولة دون اللجوء إلى اتصال وتنظيم بين أطراف الجهات المعنية. ثم إن ظهور الأحداث الكبرى في العالم من خلال المعارض العالمية التي كانت مع الطبعة الأولى التي شهدت بناء القصر البلوري في "هايدي بارك" في لندن عام 1851.

ثم ظهور الحدث الرياضي والألعاب الأولمبية المؤسسة من طرف "perre de coupertin" في عام 1892، والمستوحاة من ألعاب أثينا في العصور القديمة اليونانية، ثم التحضير لكأس العالم لكرة القدم المعترف بها رسميا عام 1928. من هنا نستنتج أنه لم يتم اعتبار الأحداث كأداة اتصال إلا من سبعينيات القرن الماضي وظهور الشركات الأمريكية الكبرى.<sup>1</sup>

ومع تطور المرحلة الصناعية، ولدت احتياجات أخرى للاتصال، منها الشهرة، حاجات الاستهلاك... وغيرها، لذلك ظهرت عملية تنظيم وخلق الأحداث كفرصة تجعل المؤسسة قادرة على عرض منتجاتها والتعريف بنفسها بشكل أفضل، فكانت البداية بتنظيم تظاهرات احتفالية خاصة بها، عبر استخدامها لطرق مختلفة لجذب الزبائن.

<sup>1</sup> Anthony Babkine, Adrien Rosier : Réussi l'organisation d'un événement, Eyrolles organisation édition, 2011, p4.

وفي أوائل القرن العشرين، بدأت مؤسسة "Ford" بالتأثير على العقول بحقائق مثيرة للدهشة، إذ كانت تتابع موضة العصر وتشارك بسياراتها في السباق وجعل بعض سياراتها جوائز للفائزين، وكذا تحدثها عن تقديم عروض لتغطية ضمانات ضخمة ومجانية، العمل على جلب وجذب الجمهور من خلال تنظيم زيارات لمصانعها وعروض جديدة مستحدثة وريادية، على غرار القيام بمجموعة من الصالونات.

وفي الثلاثينيات بالتحديد عام 1932، أخذت الصالونات حيزا كبيرا خصوصا صالون السيارات من أجل تقوية فعالية البيع، فمع ظهور المجموعات الأمريكية الكبيرة وتطور التكنولوجيا الجديدة، نشأت وكالات أولى متخصصة في مجال تنظيم الأحداث في منتصف التسعينيات، لكن سوق الاتصال عن طريق الحدث لم ينهض حقا إلا من خلال الثمانينات لأن في ذلك الوقت بدأت الشركات بالاعتماد على الوكالات خلال دفع التكاليف من أجل التجديد ونيل إعجاب وجذب الزبائن. كما نرى أن الأحداث كانت موجودة دائما، وفي الأشكال الممكنة التي يمكن تخيلها ولمن الوعي بأهميتها وفائدتها واستخداماتها ظهر مؤخرا، واليوم صارت معروفة كعمليات تشكل جزءا هاما في الإستراتيجية الاتصالية للمؤسسة.<sup>1</sup>

### 1-3- خصائص الاتصال المناسباتي:

يتميز الاتصال المناسباتي بالخصائص التالية:

- **المناسباتية:** أي أنه لا يتم بصفة دائمة داخل المؤسسة وإنما وفقا لمناسبات معينة، إما تكون موافقة لمناسبة وطنية أو دولية أو يكون نتيجة لحدث تبتكره أو تنظمه المؤسسة على غرار إطلاق منتج جديد في السوق، عقد اتفاقيات شراكة، الاحتفال بمئوية المؤسسة... الخ.

<sup>1</sup> أيوب رقاني، "الاتصال الحدوثي في المؤسسات المتحفية الجزائرية"، مرجع سابق، ص 54، 55.

- نوعية الجماهير المدعوة لحضور التظاهرة أو الحدث: تكون محددة بدقة وعناية، وذلك تبعا لطبيعة الأهداف المسطرة مسبقا، مثال: مستثمرين ورجال أعمال، باحثين وأكاديميين... الخ.
- يتم الاتصال الحدثي في زمان ومكانين محددين: ومعلومين مسبقا سواء كان داخل المؤسسة أو خارجها.
- يتم الاتصال خارج إطار وسائل الإعلام: أي أنه يقوم على الاتصال المواجهي المباشر ما بين المؤسسة وجماهيرها.
- الخروج عن السير العادي والروتين اليومي لنشاط المؤسسة: فمن خلال الاتصال الحدثي يتم تجديد العلاقات ما بين المؤسسة وشركائها، كما أنه فرصة للترويج عن النفس وبناء علاقات جديدة .
- إحداث ضجة إعلامية: أي أن تنظيم حدث ما من قبل المؤسسة، يصاحبه تغطية إعلامية من قبل الوسائل الإعلامية وهو ما يمكن أن تعتبره إشهار مجاني للمؤسسة ولمنتجاتها، والتعريف بهويتها.<sup>1</sup>

#### 1-4- أنواع ومجالات الاتصال المناسباتي:

##### أ- أنواع الاتصال المناسباتي:

- المناسبات الضخمة (الحدث الضخم): يتمثل في الأحداث التي تأخذ شكل العواصم الثقافية والمعارض العالمية، وهو يعبر عن تنظيم حدث ضخم قصير المدى، يمكن أن يساهم في تنمية المدينة اقتصاديا وسياحيا، كما أنه يتطلب تعبئة جماعية ذات أبعاد مواطنة

<sup>1</sup> بومشعل يوسف، "فعالية استراتيجيات الاتصال الحدثي في تعزيز سمعة المؤسسة"، مجلة المعيار، مجلد 25، العدد

59، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر (2021\09\30)، ص 695.

واجتماعية لأن عملية التحضير تتطلب تجديدات وأشغال كبرى مؤقتة يستند في المستقبل على واقع الإقليم، لأن هذا النوع من الأحداث تحمل دلالات إيديولوجية وسياسية.

➤ **المناسبات المضيئة(الحدث المضيئة):** هو عبارة عن حدث كبير ينظم في منطقة معينة أو إقليم ثري من الناحية السياحية من أجل تنمية المنطقة وخلق الثروة المحلية من أجل تحسين صورة المنطقة والتعريف بها في السوق، واستغلال الأحداث المحلية كميزة تسويقية للمنطقة والإقليم.

➤ **المناسبات الوطنية(الحدث الوطني):** يهدف هذا النوع إلى خلق الانتماء ونشر القيم والهوية الوطنية، حيث ينظم هذا النوع من الأحداث من طرف وزارة الثقافة في شكل مهرجانات واحتفالات تخلد الأحداث وفترات تاريخية معينة.

➤ **المناسبات المحلية(الحدث المحلي):** هو عبارة عن حدث ينظم على المستوى الداخلي من أجل نشر التقاليد المحلية والتي تهدف إلى تحسين الإطار المعيشي للسكان من خلال تنشيط المنطقة ونشر الأبعاد المواطنة والجمعية داخل الإقليم.<sup>1</sup>

#### ب-مجالات الاتصال المناسباتي:

يرتكز الاتصال المناسباتي(الحدثي) على ثلاثة مجالات أساسية هي:

- **تجاري:** يعتبر المجال التجاري من المجالات الأساسية التي تعتمد عليها الكثير من المؤسسات من خلال الاتصال الحدثي، ويكون ذلك عندما تكون المؤسسة بصدد إصدار أو إطلاق منتج جديد، تخفيض منتج موجود، اتصال حول قيم المؤسسة أو التقديم بخدمات المؤسسة، زيادة الوعي بالعلامة التجارية، وتعبئة شبكة من الموزعين
- مثل: أمسية خاصة لإطلاق فيلم، أو اتفاقية لإطلاق منتج.

<sup>1</sup> جميل نسيم، "دور الاتصال الحدثي في تنمية المؤسسات الثقافية"، ورقة مقدمة في يوم دراسي حول رصد مبادئ الاتصال الحدثي، مدرسة الدكتوراه للعلوم الاجتماعية والإنسانية، (2020\04\27)، ص32.

- **اتصال داخلي:** ويعد من الأهداف الأساسية والتنظيمية التي يساهم فيها الحدث الداخلي لأي مؤسسة، عن طريق المؤتمرات، الملتقيات والمحاضرات، والتي يراد من ورائها تعزيز تماسك وتلاحم الموظفين.مثل: احتفال بعيد ميلاد المؤسسة، علامة أو منتج أو حفلة لاندماج شركتين.
- **العلاقات العامة:** هدف الاتصال الحدتي يركز حول الاتصالات الشخصية مع الجماهير الرئيسية للمؤسسة، وذلك من خلال معرفة آرائهم وتوجهاتهم، والفوز بتعاطفهم وودهم، وتشجيع هذا الجمهور الواسع من أجل الانتشار حول المؤسسة من خلال تزويده بكافة المعلومات وبنشاطاتها ومنتجاتها، مما يعزز التغطية الإعلامية للمعلن أو الوعي من أجل قضية ما. مثل: تيليتون متمثل في مراتون أو دورة جري للقلب معدة من طرف المنظمة الفرنسية لطب القلب.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> أيوب رقاني وادريس بولكعبيات، "الاتصال الحدتي عبر المفهوم والاستخدام"، مجلة بحوث، مجلد1، العدد11، (2017)، ص321.

## المبحث الثاني: وسائل وأدوات وأشكال الاتصال المناسباتي:

## 2-1- وسائل وأدوات الاتصال المناسباتي:

يعتمد الاتصال المناسباتي مجموعة وسائل اتصالية تشترك مع غيره من الأنواع الأخرى من الاتصال، لكنها في الاتصال المناسباتي تكون أكثر شهرة واستخداماً، لانسجامها مع طبيعة الموضوع، ومن أبرز تلك الوسائل التي تتعلق بالاتصال ما يلي:

- الاتصال الشخصي والمقابلات الشخصية الفردية والجماعية لفرض التوطئة لإنجاح المناسبة.
- الاتصال الإلكتروني عن طريق البريد ووسائل الإعلام المختلفة وإدامة التواصل .
- إرسال الخطابات الشخصية والمعائدات والبطاقات في المناسبات المختلفة.
- القيام بزيارات لبعض الشخصيات التي يستهدفها الاتصال المناسباتي للتمهيد لحضورهم في المناسبة الكبيرة.
- إقامة الحفلات الخاصة بالمؤسسات وبرامج الترفيه في المناسبات ودعوة بعض أفراد الجمهور لحضورها.
- تقديم الهدايا التذكارية ومنح الجوائز التشجيعية أو التقديرية.
- نشر المطبوعات الخاصة بالمؤسسة أو الجهة صاحبة المناسبة (من كتيبات ومجلات ونشرات وغيرها) لغرض التعريف بها أو ترسيخ قنوات الجمهور بمضمونها، واطلاعهم على أهداف وأنشطة المؤسسة وتزويدهم بمختلف أنواع المعرفة التي يرغب في الاستفادة منها بغرض التنوير أو التثقيف أو تحسين الصورة الذهنية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> نجم العيساوي، "الاتصال المناسباتي أو الحدسي"، مدونة الإعلام والعلاقات العامة، 2019، ص3.

- إعداد التقارير الدورية عن نشاطات المؤسسة أو برامجها أو عن المناسبات المهمة السابقة. وكذلك إعداد التقارير التي تعرض الحقائق الخاصة بموضوع أو موقف أو حدث معين عرضا تحليليا بطريقة مبسطة وإخراج جذاب.
- الإعلانات عبر وسائل الإعلام والترويج للبرنامج أو المشروع أو المناسبة لضمان حشد الجمهور المناسب للحضور، ويتم تحديد جمهور الإعلان من خلال تفاصيله ومحدداته.
- الدردشة الجماعية عن طريق منصات التواصل الاجتماعي وإجراء مناقشات ومزامنة داخلية قبل أو أثناء المناسبة. وإمكانية توفير خدمة التواصل مع الجمهور بعضهم بعضا لترتيب موضوع معين أو مناقشته أو مشاركته.<sup>1</sup>
- لوحة الإعلانات العامة سواء على حائط المؤسسة أو في المناطق ذات الكثافة السكانية أو المرور الكثيف.
- تعد وسائل التواصل الاجتماعي من أبرز الأدوات التي يمكن أن تستثمر في الاتصال المناسباتي، لاسيما أنها تمتاز بالتفاعلية والردود المباشرة.
- ولا بد لبعض المناسبات من تخصيص موقع الكتروني خاص بها، سواء على web أو على صفحات التواصل الاجتماعي، وهذا من شأنه يساعد على معرفة المزيد حول المناسبة بسهولة كما يمكن تخصيص بريد الكتروني للمناسبة إذا لزم الأمر لاسيما في المناسبات الدورية والمستمرة، ومن خلال هذا البريد يتم التواصل مع المعنيين، سيكون هذا العنوان محل لجمع رسائل البريد الإلكتروني للحاضرين السابقين والحاليين وإنشاء قائمة رسائل إخبارية لتقديم و تأكيد أي عناوين رئيسية أو تغييرات في المكان أو ورش عمل خاصة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> نجم العيساوي، مرجع سابق، ص4.

<sup>2</sup> حسان حجاج، "الاتصال الحديث في المؤسسة الجزائرية"، مرجع سابق، ص75.

## 2-2- أشكال و تقنيات الاتصال المناسباتي:

## أ- أشكال الاتصال المناسباتي:

يأخذ الاتصال المناسباتي أشكالا عدة، وتقسم بحسب أوقاتها وجمهورها وجغرافيتها، فهناك المناسبات الدورية والتي يتم تنظيمها بشكل دوري وثابت في الموعد نفسه من كل فترة زمنية محددة مثل: الاحتفال بالعيد السنوي للمؤسسة، والاجتماعات الشهرية والسنوية، والأيام الخاصة، والأسابيع الخاصة. وهناك المناسبات الخاصة غير الدورية والتي يتم تنظيمها بشمل غير دوري، وعلى فترات منتظمة.

ومن أشكال الاتصال المناسباتي ما يعود إلى دور المؤسسة نفسها في المشاركة في تنظيم وتخطيط الأنشطة وتحديد نوع ومكان الحدث ونوع وعدد المشاركين... كما يمكن تقسيم المناسبات الخاصة لأحداث كبيرة، وأخرى صغيرة، والمعيار الأساسي في هذا التقسيم هو عدد المشاركين، فمثلا المشاركون في حلقة دراسية لا تتجاوز عددهم 20 شخصا، بينما في الأحداث والمناسبات الكبيرة تتجاوز الأعداد لمئات، ومن المناسبات الخاصة ما ينظم على المستوى المحلي، ومنها على المستوى الإقليمي، ومنها على المستوى الدولي وحسب هذا التصنيف فان عملية التخطيط للحدث تختلف عن حدث محلي وآخر إقليمي، وللآخر دولي، فالمؤتمرات الإقليمية والدولية تحتاج لوقت أطول، وجهد أكبر، وعدد أكبر من المنسقين، وبالتأكيد فان التكلفة تكون كبيرة.<sup>1</sup>

وهناك تقسيم آخر بحسب المدة التي يستغرقها الاتصال المناسباتي، فمنها أحداث تستمر لدقائق وأخرى لساعات وأخرى لأيام، لا تزيد عن أسبوعين، وان زادت عن ذلك، فانه من

<sup>1</sup> ليلي بن لطرش وحجاج حسان وفانسون ماير، "الاتصال عن طريق الحدث واستعمالاته في قطاعي الثقافة والسياحة في قسنطينة"، مجلة جامعة المدينة العالمية (مجمع)، العدد 16، أبريل 2017، ص 422.

الضروري على المؤسسة المنظمة أن تنظم مناسبة خاصة لبدائها وأخرى لنهايتها، وذلك لان اهتمام وسائل الإعلام ينخفض كلما زادت مدة الحدث.

يمكن تحديد أهم أنواع الاتصال المناسباتي التي تحتاج أية مؤسسة لتنظيمه سواء بشكل دوري أو بين الحين و الآخر بما يلي:

- ✓ المعارض.
- ✓ المناسبات السنوية.
- ✓ الاحتفالات والمهرجانات.
- ✓ الندوات والمؤتمرات.
- ✓ ورش العمل.
- ✓ المحاضرات و الحلقات الدراسية.
- ✓ المسابقات.<sup>1</sup>
- ✓ الأحداث الثقافية والرياضية.
- ✓ الصالونات.
- ✓ الأبواب المفتوحة.
- ✓ الحملات التحسيسية.
- ✓ الرعاية والدعم.
- ✓ الأعمال الخيرية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> حورية زروق، نصر الدين بوزيان، "تنظيم التظاهرات:الاتصال الثقافي وحماية الخصوصيات المحلية"، دراسة بالمؤسسة الثقافية مالك حداد، قسنطينة، مجلة الباحث الاجتماعي، العدد 14 (2018)، ص225.

<sup>2</sup> نجم العيساوي، مرجع سابق، ص3.

## ب- تقنيات الاتصال المناسباتي:

تعتبر تقنيات الاتصال المناسباتي(الحدثي) بمثابة المحرك الرئيسي في نجاح الأهداف المسطرة من الاتصال الحدثي، فالتنظيم له شكل منحرج حاسم في تحديد التقنية المناسبة، ولعل تحديد التقنيات بدقة يجعلنا نبحث في طريقة تصنيفها، فنقنيات الاتصال الحدثي اليوم حسب الجهة المتبينة والمنظمة للحدث تنقسم إلى اثنين وهما:

■ **التقنيات المرتبطة بمدى تبني المؤسسة وتنظيمها للحدث:** وتظهر لنا جليا في مجموعة التقنيات التي تم ذكرها ضمن أشكال الاتصال الحدثي وهي كآلاتي: اتفاقيات داخلية للمؤسسة، الندوات، الاجتماعات السنوية، المحاضرات، ملتقيات متخصصة، صالونات، تجمع عام، ملتقى أو مؤتمر، التدشين، زيارة المؤسسة أو أيام الأبواب المفتوحة، حدث تاريخي، ثقافي، رياضي، جولة لعرض ترويجي.

■ **التقنيات المرتبطة بمدى إسهام المؤسسة في حدث آخر خارج عنها:** وتظهر لنا جليا في مجموعة من التقنيات والتي تشارك فيها المؤسسة من خلال دعوتها للمشاركة في حدث ليس تابع لها ومن بين هذه التقنيات الرعاية والأعمال الخيرية.<sup>1</sup>

- **الرعاية:** تندرج ضمن إما الإستراتيجية التجارية أو الإستراتيجية المؤسسة، غير أن القرارات هي الأكثر تأثيرا من قبل مسؤولي التسويق ومسؤولي المنتج أو ربما المسؤول عن الرعاية، هذه الوضعية من شأنها أن تدمج جيدا الرعاية في المزيج الاتصالي، فهناك دراسات أثبتت أن الرعاية تستخدم بشكل ملازم مع وسائل وأدوات أخرى للاتصال، وهو ما يحقق لها الشهرة ولفت الانتباه نحو الشراء، فالنوايا الحسنة التي تظهرها الرعاية نجدها من خلال صورة الحدث ومجال الرعاية والذي يستغل لتثمين مشاركتها في الحدث.

<sup>1</sup> محمد كريم عرابيية و آمال نوري، "لمحات حول الاتصال الحدثي: دراسة في الأشكال و التقنيات"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، مجلد 11، العدد 01، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، جامعة محمد الشريف مساعدية سوق أهراس، (2021\06\28)، ص66.

يمكن اعتبار أن الرعاية تقنية تظهر في كل المنظمات من أجل خلق أو الدعم المباشر لحدث اجتماعي ثقافي و يمكن حصر أهدافها في 3 أهداف أساسية و هي:

✓ الشهرة والصورة.

✓ تحفيز العاملين.

✓ زيادة المبيعات.<sup>1</sup>

- **الأعمال الخيرية:** هو إذن يغطي كافة قطاعات المجتمع الأربعة تكون نتائجها على المدى القصير والمتوسط وهي أكثر سرية من المالية لأنها تمس الجانب الخيري وتكون مدمجة في السياسة الإجمالية للمؤسسة وتكون أهدافها على المدى الطويل فهي تبحث عن تطوير صور العلامة والمكانة في المحيط الاجتماعي.

**أنواعها:**

- **التطوع بالمال:** صدقات، تبرعات، قروض، مشاركات في شركاته، تنمية مال.
- **التطوع بالعمل والجهد:** مراسلات، حرف، تحميل، حراسة...
- **التطوع بالجاه والعلاقات:** علاقات...
- **التطوع بالوقت:** كل يوم، ساعة في اليوم، ساعة في الأسبوع، في المواسم عند الطلب.
- **التطوع بالفكر والرأي والخبرة:** تقديم رأي صائب، استشارة، بحث، استبيانات، دراسات، إحصاءات، خطط، نقد، تقويم..<sup>2</sup>

<sup>1</sup> أيوب رقاني، "الاتصال الحديث في المؤسسات المتحفية الجزائرية"، مرجع سابق، ص 65.

<sup>2</sup> محمد كريم عرابيية و أمال نواري، مرجع سابق، ص 72.

المبحث الثالث: أهداف وأهمية الاتصال المناسباتي وجمهوره واهم مزاياه والعراقيل التي تواجهه.

### 3-1- أهداف وأهمية الاتصال المناسباتي:

#### أ- أهداف الاتصال المناسباتي:

لقد انتشرت ثقافة استعمال الحدث كإحدى الاستراتيجيات الاتصالية التسويقية في المؤسسات بمختلف نشاطاتها، ويظهر ذلك من خلال تنظيمها للأحداث والتظاهرات المختلفة (ثقافية، رياضية، إعلامية...) ورعايتها ويمكن الوقوف على أهداف المؤسسات مع استخدامها لهذا النوع من الاتصال في تحقيق النقاط التالية:

- تنمية وتعزيز أو تعديل صورة المؤسسة، بالإضافة لعلامتها التجارية، منتجاتها أو خدماتها، حيث يمكن توجيه الصورة نحو قيم المؤسسة أو علامتها، كالفعالية، الإبداع والجماليات... ويستخدم هذا النشاط مع الجمهور المستهدف سواء خارجي أو الداخلي.
- إعطاء صورة ايجابية عن المؤسسة زيادة المبيعات من خلال الفوز بحصة كبيرة في السوق.
- التعريف بالمنتجات الجديدة وإبراز جودتها ومنافعها، وإبراز كفاءتها وتفوقها بالنسبة للمنتجات المنافسة.
- زيادة التلاحم والترابط بين عمال المؤسسة واستقطاب الكفاءات والخبرات المؤهلة. حيث يمكن للاتصال الحدثي أن يكون عاملا للتلاحم من خلال جمع الموظفين حول مشروع غير المشروع المهني بأحداث ثقافة تنظيمية تتميز بمناخ جديد من العلاقات الإنسانية.<sup>1</sup>
- تحقيق الذبوع والانتشار الإعلامي لنشاط المؤسسة.
- اطلاع الجماهير الخارجية على مختلف أنشطة وأعمال المؤسسة وانجازاتها.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> موسى زرقوط، الاتصال الحدثي ودوره في بناء صورة المؤسسة الاقتصادية الخاصة، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، المجلد 15، العدد 2، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، الجزائر (02\01\2022)، ص 213.

بناء على ما تقدم يتضح أن الاتصال الحدثي باعتباره إستراتيجية اتصالية يضع في قلب اهتماماته صورة المؤسسة لدى جماهيرها الداخلية والخارجية على اعتبار أن صورة الواقع بما تتضمنه من عناصر الجذب والتشويق وتثير اهتمام الأفراد وتشغل تفكيرهم فترة أطول من مشاهدة فيلم أو قراءة كتاب، كما أن الحدث يبقى عالقا بفكر من حضره أو شارك فيه واستمع بفترة غير قصيرة تبقى راسخة في ذهنه تجعله يتأثر بالصورة الحالية للمؤسسة وتجعله يقترب من الصورة المرغوبة للمؤسسة بهدف تحقيق السمعة الطيبة وكسب ثقة الجماهير و تأييدها.

**ب- أهمية الاتصال المناسباتي:** تكمن فائدته الرئيسية والأساسية في:

- يتمتع الاتصال المناسباتي(الحدثي) بمزايا لا توجد في وسائل الاتصال التقليدية .
- تحديد أهداف المؤسسة من الاتصال الحدثي في إطار استراتيجياتها.
- تحديد الجماهير المستهدفة و تحديد الدعم المالي.
- حسن اختيار الحدث وطريقة الدعم(تصميم حدث مبتكر)وتقييم المخاطر المدركة.
- تحديد المعلومات(مضمون الرسالة) المراد إيصالها للجمهور من خلال الحدث.
- تحديد وسائل الاتصال المؤسسي أو التسويقي المراد إيصالها للجمهور .
- تحديد المعايير المناسبة لتقييم نتائج الاتصال الحدثي.
- برمجة وتطبيق الأحداث الرياضية والثقافية والعلمية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> أيوب رقاني، "الاتصال عبر الحدث في المؤسسة الثقافية، دراسة ميدانية بالمؤسسة المتحفية أحمد باي قسنطينة"، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد ب، العدد 47، (2017)، ص118.

<sup>2</sup> حمزة حاجي، "الوسائل الاتصالية الحديثة في المؤسسة الثقافية الجزائرية"، دراسة ميدانية في قصر الثقافة لولاية الجزائر"مفدي زكريا"، مجلة المعيار، مجلد24، العدد51 (2020)، ص483.

**3-1- جمهور الاتصال المناسباتي:**

يعتبر الجمهور أهم متغير في عملية الاتصال، فهو الأساس المهم الذي يرتكز عليه نشاط الاتصال الحدثي، ويقوم على دراسته للتأثير فيه، إقناعه لاعتباره وسيلة ناجعة مساعدة لتحقيق الأهداف الاتصالية للمؤسسة يتم تصنيف جمهور الاتصال المناسباتي كما يلي:

❖ **الجمهور الداخلي:** وهو الجمهور الذي يتكون من جميع الأفراد الذين يعملون داخل المؤسسة من فنيين وإداريين وعمال، حيث أن الجمهور الداخلي يجب أن يكون أكثر اهتماما وتأثرا بكل ما يجري في المؤسسة ويقوم بدوره بنقل هذا الاهتمام والتأثر إلى الجمهور الخارجي.

وفي هذه الحالة يجب أن يقتنع كل عامل بأنه يلعب دورا هاما في تحقيق أهداف المؤسسة، إلى جانب فهمه لحقيقة أهدافها وسياساتها وبرامجها، وفي ذات الوقت تتوافر للمؤسسة فرصة لمعرفة آراء عاملها ووجهات نظرهم ومشاكلهم، وردود فعلهم، ولهذا فانه من الأهمية بما كان أن يكون واضحا ماذا تتوقع المؤسسة من العاملين؟ وماذا يتوقع العاملون من المؤسسة؟

ويكون شكل الأحداث المخصصة له: اتفاقيات، إطلاق منتج جديد للمؤسسة، ملتقيات، مننديات، نقاش، لقاءات، حفلات ومهرجانات سنوية، أنشطة ترويجية داخلية... الخ. الهدف المتوقع: تقوية المبيعات، تقوية العلاقة مع كل من الموظفين، الشركاء، المتطوعين، والزبائن.<sup>1</sup>

❖ **الجمهور الخارجي:** يتمثل الجمهور الخارجي في كل الفئات التي توجد خارج المؤسسة ولا تعمل فيها، وهو المستفيد من إنتاج هذه المؤسسة، وهو الذي يجعلها تستمر أو تتوقف حسب درجة إقباله على إنتاجها.

<sup>1</sup> Anthony Babkine, Adrien Rosier : Réussi l'organisation d'un événement, Eyrolles organisation édition, 2011, p.75

أما الأحداث المخصصة له هي: حفلات مسائية، تخفيض في المبيعات، أعياد الميلاد السنوية والمؤسسية، أيام الأبواب المفتوحة، الافتتاحيات... الهدف المحتمل: بناء مستخدمين خاصين بك، أعضائك، مجتمعك الخاص، مختصيك.<sup>1</sup>

❖ **الجمهور العريض أو الضخم:** وهي مختلف الشرائح والأفراد المشكلة للمجتمع والتي لها اهتمامات متنوعة ومختلفة تقام لها مجموعة من الأحداث نذكر منها: أحداث تاريخية، ثقافية ورياضية ترويج المبيعات، التسويق عبر الشارع، الجولات الترويجية، الأعمال الخيرية. أما الهدف المتوقع فهو: خلق معجبين بك، قادة الرأي التابعين لك، المختصين، جمهورك المستهدف وأعضائك المنتمين لك.<sup>2</sup>

وبالنظر إلى التنوع في الجمهور يتوجب على القائم بالحدث وصف الجمهور بدقة من حيث الجوانب الديموغرافية، الجغرافية، نمط العيش، الشخصية، الاستهلاك، وهذا للوصول إلى أكبر قدر من الدقة لتحديده كميًا ونوعيًا، بغرض إصابة الرسالة بدقة وفاعلية.

### 3-3- أهم المزايا والعراقيل التي تواجه الاتصال المناسباتي:

#### أ- مزايا الاتصال المناسباتي:

- في حقيقة الأمر أن الاتصال الحدثي يتمتع بمزايا لا تمتلكها أي وسائل تقليدية منها:
- تقسيم الجمهور المستهدف بشكل فعال وفقا لخصائصهم و مجالات اهتماماتهم.
- من الممكن الوصول إلى أهداف يصعب الوصول إليها من قبل وسائل الإعلام الرئيسية، مثل الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين 15 و 25 سنة.
- الموقف الايجابي للشخص المستهدف(المتلقي) الذي يشارك بشكل مباشر أو غير مباشر في الحدث.

<sup>1</sup> محمد مرضى الشمري، المدخل إلى دراسة العلاقات العامة والإعلام، ط1(القاهرة: العربي للنشر والتوزيع)، ص16.

<sup>2</sup> فهمي محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة(عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011)، ص118.

- بناء حدث يتوافق مع رغبات المشاركين فعليا من خلال استقبال الاقتراحات والانتقادات وأوجه النظر أثناء التخطيط للحدث.
- إضفاء الإبداع والخلق على الحدث وجعل المعلومة تتسم بالتنوع.
- خلق اتصال واحتكاك أو تعامل إنساني بين المدعويين.
- اكتشاف المنتجات الجديدة من قبل الجماهير من خلال استخدامه أثناء الحدث.
- عيش تجربة جديدة في حياة المؤسسة.<sup>1</sup>

### ب-العراقيل التي تواجه الاتصال المناسباتي في المؤسسات الجزائرية:

إن الحديث عن الصعوبات التي تتعلق بالاتصال المناسباتي خصوصا في المؤسسات الجزائرية ليس هدفها تعطيل هذا النوع الاتصالي أو تجميده، بل هدفنا هو تحديد الصعوبات التي تواجه ممارسي الاتصال المناسباتي لكي يتجنبوا الوقوع فيها، وسنركز على خمسة أصناف منها:

#### • صعوبات شخصية:

ويقصد بها مجموعة المعوقات التي تعود لشخصية الفرد-مرسلا كان أو مستقبلا- أثناء تجسيد الاتصال الحدتي وتحدث فيها أثرا عكسيا، وتكون هذه المعوقات بصفة عامة إلى مداركهم العقلية نتيجة الفروق الفردية التي تجعل الأفراد يختلفون في حكمهم وفي عواطفهم وفي مدى فهمهم للحدث المنظم والاستجابة له، وعدم القدرة على التعبير الجيد واختيار ألفاظ مبهمة، وكذلك مدى الثقة بين الأفراد، ومن المعوقات الشخصية التي تواجه الاتصال الحدتي هي: البعد المكاني بين المرسل والمستقبل، تباين الإدراك.

<sup>1</sup> عبد الرؤوف فهدي وإدريس بولكعبيات، الاتصال الحدتي في المؤسسة الجزائرية والتوجه نحو رقمته (مقترح للاعتماد على الويب في خلق وتفعيل أحداث المؤسسة الجزائرية على مختلف مراحلها)، مجلة البدر، جامعة صالح بونيدر، قسنطينة، الجزائر، المجلد 09، العدد 11، (2017)، ص 466.

### • صعوبات تنظيمية:

وترجع أساسا إلى عدم وجود هيكل تنظيمي يحدد بوضوح مراكز الاتصال وخطوط السلطة الرسمية في المنشأة، مما جعل القيادات الإدارية تعتمد على الاتصال غير الرسمي والذي لا يتفق في كثير من الأحيان في أهدافه مع الأهداف التنظيمية، وقد يكون التخصص، وهو أحد الأسس التي يقوم عليها التنظيم من معوقات الاتصال، وذلك في الحالات التي تشكل فيها الفنيون والمتخصصون جماعات متباينة لكل منها لغتها الخاصة وأهدافها الخاصة، فيصعب عليها الاتصال بغير الفنيين المتخصصين.<sup>1</sup>

وعدم وجود وحدة تنظيمية لجمع ونشر البيانات والمعلومات، وعدم الاستقرار التنظيمي، وكذلك كبر حجم نطاق الإشراف وكثرة المستويات الإدارية، وعدم وجود هيكل تنظيمي يشير إلى وضوح الاختصاصات والصلاحيات.

### • صعوبات بيئية:

ويقصد بها المشكلات التي تحد من فاعلية الاتصال الحداثي والتي ترجع إلى مجموعة من العوامل التي توجد في المجتمع الذي يعيش فيه الفرد سواء داخل المنشأة أو خارجها. ومن بين هذه العوامل اللغة، واستخراجه لمعاني الكلمات في ضوء قيمه وعاداته وتقاليده، بالإضافة إلى عدم كفاءة وكفاية أدوات الاتصال، وعدم وجود نشاط اجتماعي على نطاق كبير في كثير من المنشآت، وأيضا درجة الحرارة والإضاءة وسوء التهوية ووجود الضوضاء، كلها عوامل تساهم في إعاقة الاتصال الفاعل خلال الحدث، والحيز المكاني الضيق مع كثرة المراجعين، يعرقل الاتصال الفعال ويؤدي للتوتر وفشل الاتصال الحداثي.

<sup>1</sup> عرابيية محمد كريم، "الاتصال الحداثي في المؤسسات الجزائرية - التقنيات والآليات - مرجع سابق، ص 98.

### • صعوبات نفسية واجتماعية :

تعد الصعوبات النفسية والاجتماعية خلال الاتصال الحدثي من بين المعوقات التي تحول دون إنجاح الاتصال، حيث يجب تعزيز العلاقات الاجتماعية بين العاملين على تعدد مستوياتهم التنظيمية، وذلك لرفع الحواجز النفسية والاجتماعية بين المديرين والعاملين خلال الحدث المنظم لتحقيق أهداف الاتصال الحدثي.<sup>1</sup>

### • صعوبات إستراتيجية:

يمكن تحديد صعوبات تجسد هذه الإستراتيجية اليوم، بنقص التفكير ثم التخطيط لاستراتيجيات اتصالية لبلوغ العديد من الأهداف وراء تنظيم الأحداث سواء التي تنظم دوريا أو التي تنظم خصيصا في إطار مناسبة معينة، ومن بين هذه الصعوبات التي تعيق تحقيقها نذكر:

- عدم الاهتمام بقوة سمعة المؤسسة والتعريف بنشاطاتها.
- عدم خلق علاقات حوارية في محيط المؤسسة فالمؤسسات تحتاج إلى جذب الانتباه.
- نقص التخطيط الموجه نحو بناء صورة حسنة وذات قيمة عن المؤسسة.
- عدم الانخراط في تحقيق الذبوع والانتشار الإعلامي.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> فتحة قاسم، "التفاعل الاجتماعي بالمؤسسات: الاتصال التنظيمي"، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، جامعة زيان بن عاشور، الجلفة، العدد 23، المجلد 01، (2016)، ص 101، 100.

<sup>2</sup> موسى زرقوط، مرجع سابق، ص 241.

## خلاصة الفصل:

إلى هنا نكون قد قدمنا عرضاً مختصراً عن الاتصال المناسباتي نظرياً وتحديداً أنواعه ووسائله ومجالات استخدامه وصولاً إلى خصائصه وتقنياته المعتمدة في مزاولته كنشاط وحتى مزاياه وأهم العراقيل التي تواجهه، فهذا الأخير أصبح نشاطاً لا غنى عنه في الكثير من المؤسسات على اختلاف أحجامها وأنشطتها، ومدى الدور الكبير والأهمية التي يساهم بها هذا الاتصال المناسباتي، خاصة إذا نظم بطريقة سليمة في المؤسسة، وهذه الطريقة تتطلب توفر بعض الشروط التنظيمية، التقنية والمالية، إضافة إلى طاقم مؤهل في مجال الاتصال، ليعمل على استمراريتها وتحسين وتلميع صورتها والحفاظ على رضا الجمهور عنها.

## الفصل الثالث:

# الإجراءات المنهجية والدراسة الميدانية

## خطة الفصل:

### I. الإجراءات المنهجية

1. مجتمع البحث
2. عينة الدراسة
3. حدود الدراسة
4. بطاقة فنية عن المؤسسة

### II. الإطار التطبيقي

1. تحليل وتفسير البيانات الميدانية
2. مناقشة نتائج الدراسة
3. النتائج العامة للدراسة
4. الاقتراحات والتوصيات

## I. الإجراءات المنهجية:

### 1. مجتمع البحث:

بالنسبة لمجتمع البحث فنظرا لحدثة الموضوع وقلة الدراسات التي تناولته -في حدود علمنا- وكذا صعوبة الحصول على المعلومات الميدانية فيما يتعلق بدور الاتصال المناسباتي في المؤسسة الجزائرية، فقد ارتأينا أن يكون مجال دراستنا محدودا "ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة"، وذلك لكونها الأقرب إلينا جغرافيا وهو ما سهل علينا الاحتكاك بإطاراتها أكثر وجمع أكبر قدر من المعلومات عن طريق اعتمادنا على وسيلة الملاحظة بالمشاركة، كما نعتقد أنها المؤسسة الأكثر نشاطا في مجال الاتصال المناسباتي إقليميا، إذ نجد أنها أول هيئة مسؤولة عن الاتصال المناسباتي على مستوى ولاية البويرة، لتتفرع منها باقي المؤسسات: مديرية الشباب والرياضة، المجلس الشعبي الولائي، مديرية الثقافة والفنون لولاية البويرة، المكتبة المركزية وغيرها.

وبما أننا نحاول تسليط الضوء على واقع الاتصال المناسباتي في المؤسسة الجزائرية، ارتأينا أن نستهدف في بحثنا كل الإطارات الموجودة في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة، وذلك باعتبارها أن لديها القدرة على إفادتنا بمعطيات أو تفاصيل تخدم موضوع البحث.

### 2. عينة الدراسة:

اعتمدنا في هذه الدراسة على العينة القصدية التي تساعدنا على اختيار أفراد العينة قصديا لسببين رئيسيين، أولهما أن حسب المرحلة الاستطلاعية لاحظنا أنه لا يمكننا إجراء المقابلة مع جميع العمال والإطارات لجمع المعلومات الخاصة بالاتصال المناسباتي من جهة ضيق الوقت لإتمام أعمالهم ومراعاة منا لظروف عملهم، ومن جهة أخرى لعدم إزعاجهم

بكثرة الأسئلة، أما السبب الثاني هو توجهنا نحو الإطارات المسيرة والإطارات المكلفة بتسيير المصالح التي تخدم موضوع بحثنا كخليا الاتصال والإعلام.

### 3. حدود الدراسة:

**المجال الزمني:** وهنا نتكلم عن الفترة الزمنية التي استغرقتها الدراسة منذ طرح الموضوع إلى غاية الانتهاء منها، وعليه فإن سنة 2021\2022 تمثل الحدود الزمنية لدراستنا، حيث كانت الأشهر الأولى مخصصة للزيارات الاستطلاعية للمؤسسة، أين استعنا بالملاحظة للكشف عن أساليب والطرق الاتصالية المستخدمة خلال المناسبات والأحداث التي تقيمها المؤسسة، كما أخذنا فيها معلومات عن الهيكل التنظيمي للمؤسسة والعاملين في كل قسم داخله ومحاولة بناء علاقات إنسانية واجتماعية تسمح لنا بالقدرة على التواصل معهم بشكل فعال وسلس، وأيضا لا ننسى التعرف على بعض الجمعيات المعاملة مع المؤسسة بشكل قوى كالجمعية الوئام وغيرها، والقيام بمقابلات أولية لمعرفة كيفية تسيير المؤسسة على وجه الخصوص.

لتأتي المرحلة الثانية فيها تم بداية حضورنا المناسبات والتظاهرات التي تقوم بها ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة، ومختلف تحضيراتها، ومشاركتنا في هذه الأحداث كالاحتفالات المخدة لذكرى عيد النصر 19 مارس، وإحياء اليوم العالمي لشجرة 21 مارس، واليوم العالمي للمياه 22 مارس، يوم تحسيسي حول مخاطر إدمان الأطفال على مواقع تواصل الاجتماعي، ويوم العلم 16 أفريل، ومشاركتنا أيضا في الاحتفال باليوم العالمي لحرية التعبير الذي نظّمته ولاية البويرة تحت شعار السلطة الرابعة بين الصحافة التقليدية والإعلام الرقمي يوم 05 ماي 2022، والاحتفالات المخدة لذكرى عيد الطالب 19 ماي 2022 (الذكرى 66 لعيد الطالب)، والملتقى الوطني الأول حول ظاهرة المخدرات في المجتمع الجزائري 24 ماي 2022، ومشاركتنا في 01 جوان 2022 بمناسبة عيد الطفولة.

تلتها المرحلة الثالثة في شهر جوان حيث أخذنا التصريحات للحصول على بعض المعلومات المهمة وكذلك توزيع الاستبيان على موظفي ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة.

وأخيرا انطلقنا في تفريغ البيانات ومعالجتها وتحليل النتائج وشرحها وتفسيرها.

**المجال المكاني:** أنجزت هذه الدراسة في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة حيث تعتبر مؤسسة ثقافية تربية علاوة على كونها تؤدي مهام تكوينية حيث تهتم بتلقين الشباب المعلومات المرتبطة بمواهبهم وميولهم، كما تختص بوظيفة الترفيه والتسلية.

**المجال البشري:** شمل المجال البشري كل القائمين على الحدث والذين لهم علاقة بموضوع الدراسة، كأصحاب القرار...، وكذا القائمين بالحدث والذين كان عددهم 37 فرد منهم العاملين ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة مكان الدراسة.

#### 4. بطاقة فنية عن المؤسسة:

##### تعريف ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة:

ديوان مؤسسات الشباب مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، يوضع تحت وصاية وزير الشباب والرياضة، أنشئ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 01\07 المؤرخ في 17 ذي الحجة عام 1427هـ الموافق ل6 يناير سنة 2007م، والمتضمن تحويل مراكز إعلام وتنشيط الشباب إلى دواوين مؤسسات الشباب.

يشرف على الديوان مجلس إداري ويديره المدير، يتولى مهام ضمان تنفيذ برامج الإعلام والاتصال، والإصغاء والتنشيط الاجتماعي والتربوي، والإدماج في أوساط الشباب، وكذا تسيير مؤسسات الشباب التي تشكل ملحقات له، كما يناط به صيانتها وحفظها، وهذه الصفة تخول دواوين مؤسسات الشباب الاتصال مع الهيئات المعنية والحركة الجمعوية لاسيما فيما يلي:

- تزويد الشباب المتوافد على المؤسسات الشبانية بالمعلومات و كل المستجدات التي من شأنها أن تسهل إدماجهم في الميادين الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية و العلمية.
- إعداد وتنظيم نشاطات اجتماعية، تربوية، ثقافية، ترفيهية وترفيهية، موجهة لشريحة الشباب والأطفال عن طريق المؤسسات الشبانية.
- تنظيم تظاهرات ثقافية وعلمية، من شأنها اكتشاف المواهب الشبانية ومساعدتها على البروز في الميدان.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> جمال بولعراس ومنور عمارة وآخرون، دور ومهام النشاطات الترفيهية في مؤسسات الشباب، دراسة ميدانية لمقاطعة الأخضرية، مذكرة نهاية التكوين لنيل شهادة مربي رئيسي لتنشيط الشباب (في إطار الإدماج)، المعهد الوطني للتكوين العالي لإطارات الشباب "مدني سواحي" تيقصرابين-بئر مراد رايس، الجزائر (2010\2011)، ص20.

## مهام ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة:

- يكلف الديوان بالاتصال مع الهيئات المعنية والحركة الجمعوية لاسيما فيما يلي:
- تنظيم النشاطات (الأحداث) الاجتماعية، التربوية، الثقافية والنشاطات التسلية اتجاه الشباب و تنشيطها وتسييرها.
- تنظيم تظاهرات ثقافية علمية.
- تنظيم نشاطات الهواء الطلق والسياحة التربوية للشباب وتشجيعهم.
- تقديم المساعدة التقنية للشباب لانجاز مشاريعهم.
- المساهمة في ترقية التدابير المعدة لفائدة الطفولة.
- تشجيع لقاءات الشباب في إطار المبادلات الوطنية والدولية والزيارات ودراسة الوسط.
- وضع في متناول الشباب المعلومات التي من شأنها تسهيل إدماجهم في الميدان الاجتماعي والاقتصادي والثقافي.
- تنظيم عمليات الوقاية و التربية الصحية والإصغاء النفسي لفائدة الشباب.
- القيام بكل التحقيقات والدراسات وسبر الآراء المحولة في مهامها.
- تطوير النشاطات الجوارية والمساهمة في ترقية الحياة الجمعوية.<sup>1</sup>
- إعداد بنك للمعطيات يحوي المعلومات التي يمكن أن تهم الشباب في ميادين الحياة مع وضع نقاط الإعلام عبر المؤسسات الشبانية.
- تنفيذ كل التدابير التي من شأنها تطوير الإعلام والاتصال اتجاه الشباب بالتنسيق مع القطاعات الأخرى.
- ضمان سير مجموع المؤسسات والمنشآت وتسييرها وصيانتها وحفظها.
- ضمان تسيير كل المنشآت الشبابية المرتبطة بنشاطات القطاع التي قد تسندها إليها السلطة الوصية.

<sup>1</sup> النظام الداخلي لديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة، ص03.

- احتضان تریصات التكوين والتجمعات وكذا العروض والأشغال والادعاءات المرتبطة بموضوعها.
- أهم الأحداث التي قام بها ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة خلال عام 2022:
- الاحتفالات الرسمية بعيد يناير 2972 الموافق لـ 12 جانفي 2022.
- الاحتفال باليوم الوطني للبلديات 15 2022.
- حملة تحسيسية للتشجيع على التلقيح ضد فيروس كورونا COVID19 29 2022.
- المسابقة الوطنية للشباب المبدع أحسن عمل فني مخلد للأعياد والأيام الوطنية 03 فيفري 2022.
- الاحتفال باليوم الوطني للشهيد 18 فيفري 2022.
- تحضير معرض خاص بيوم الشهيد 17 فيفري 2022.
- الاحتفال باليوم الوطني للأخوة والتلاحم بين الشعب وجيشه من أجل الديمقراطية 22 فيفري 2022.
- تنظيم مسابقة عربية لجائزة التميز الحكومي العربي 23 فيفري 2022.
- يوم فعاليات التظاهرة الوطنية " 06 " 2022.
- الاحتفال بمناسبة عيد المرأة 08 2022.
- الاحتفال باليوم الوطني لذوى الاحتياجات الخاصة 14 2022.
- 60 لعيد النصر المصادف لـ 19 2022.
- يوم دراسي تحسيبي لفائدة الجماعات المحلية 21 2022.
- حياء اليوم العالمي لشجرة 21 2022.

- إحياء اليوم العالمي للمياه 22 2022.
- تنظيم مسابقة وطنية للأطفال لكتابة الرسائل ( 28 (2022 2022.
- تنظيم حفل خيرى تضامني موجه للأطفال لمساعدة البراءة " حديد أدم " 02 أفريل 2022.
- تنظيم مسابقة للأولمبيات الوطنية للابتكار والشباب المخترعين الممتدة 01 الى غاية 19 2022.
- تنظيم مسابقة وطنية للقصة القصيرة تحت شعار " 05 أفريل 2022.
- عقد الندوة البلدية لبلدية البويرة 07 أفريل.
- يوم تحسيسى حول مخاطر إدمان الأطفال عل 14 أفريل.
- الاحتفال بيوم العلم 16 أفريل 2022.
- إحياء ليالي سهرة شهر رمضان 17 أفريل.
- تنظيم استعراضات في الفنون القتالية تخصص الكيغ بوكسينغ لمختلف الفئات.
- الاحتفال بعيد العمال الموافق ل 01 2022.
- الاحتفال باليوم العالمي لحرية التعبير تحت شعار السلطة الرابعة بين الصحافة التقليدية .
- الاحتفال بمناسبة عيد الطفولة من 01 16 2022.
- تكريم المتقاعدين من وحدة بريد البويرة 12 2022.
- 60 05 جويلية 2022.

- إحياء اليوم الوطني للطفل الجزائري 14 جويلية 2022.

- الاحتفالات المخلدة ليوم المجاهد 20 2022.

- وسائل الاتصال الخاصة بديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة:

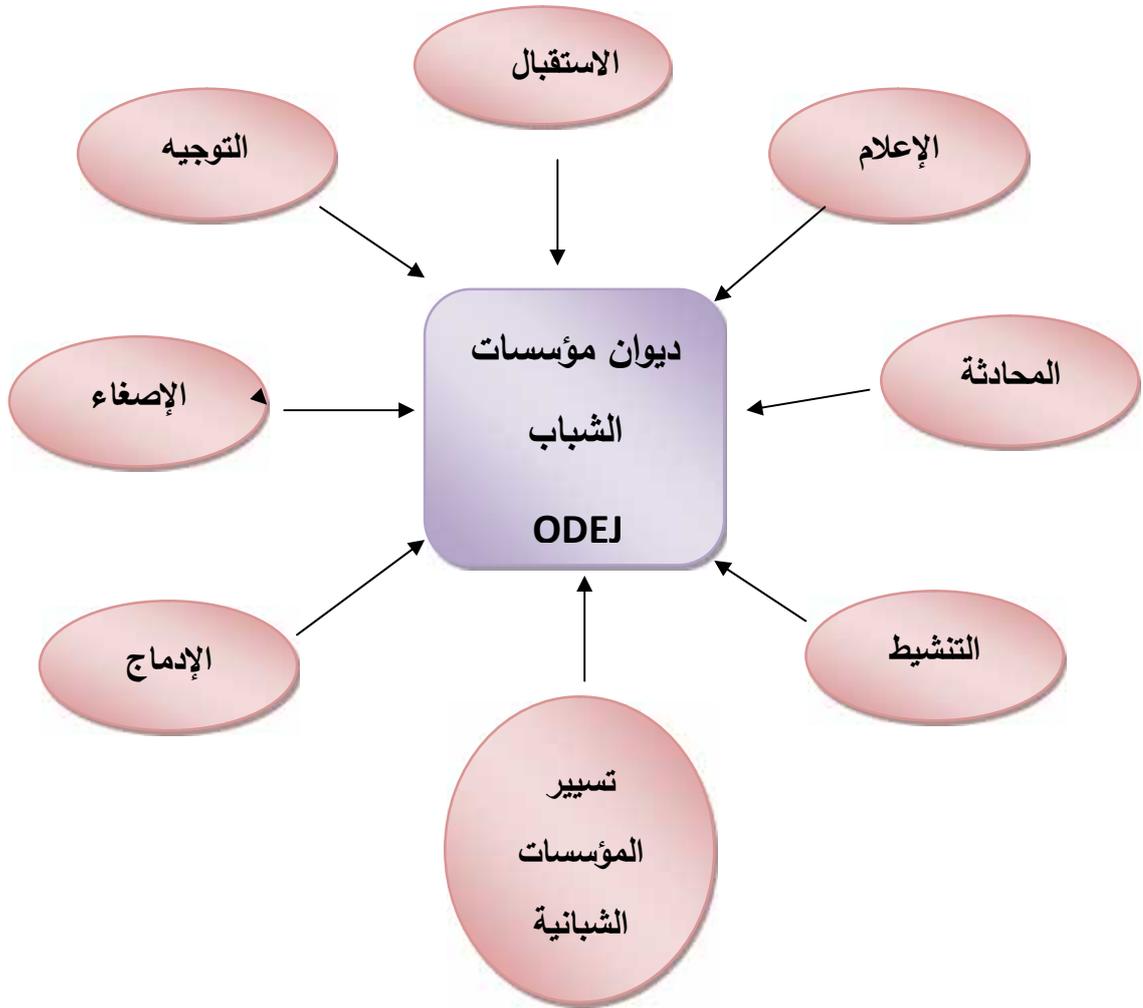
الفاكس: 026-93-06-87 .

الاتصال الهاتفي: 026-93-77-21 .

البريد الإلكتروني: [E-MAIL contact@odej-bouira.net](mailto:contact@odej-bouira.net)

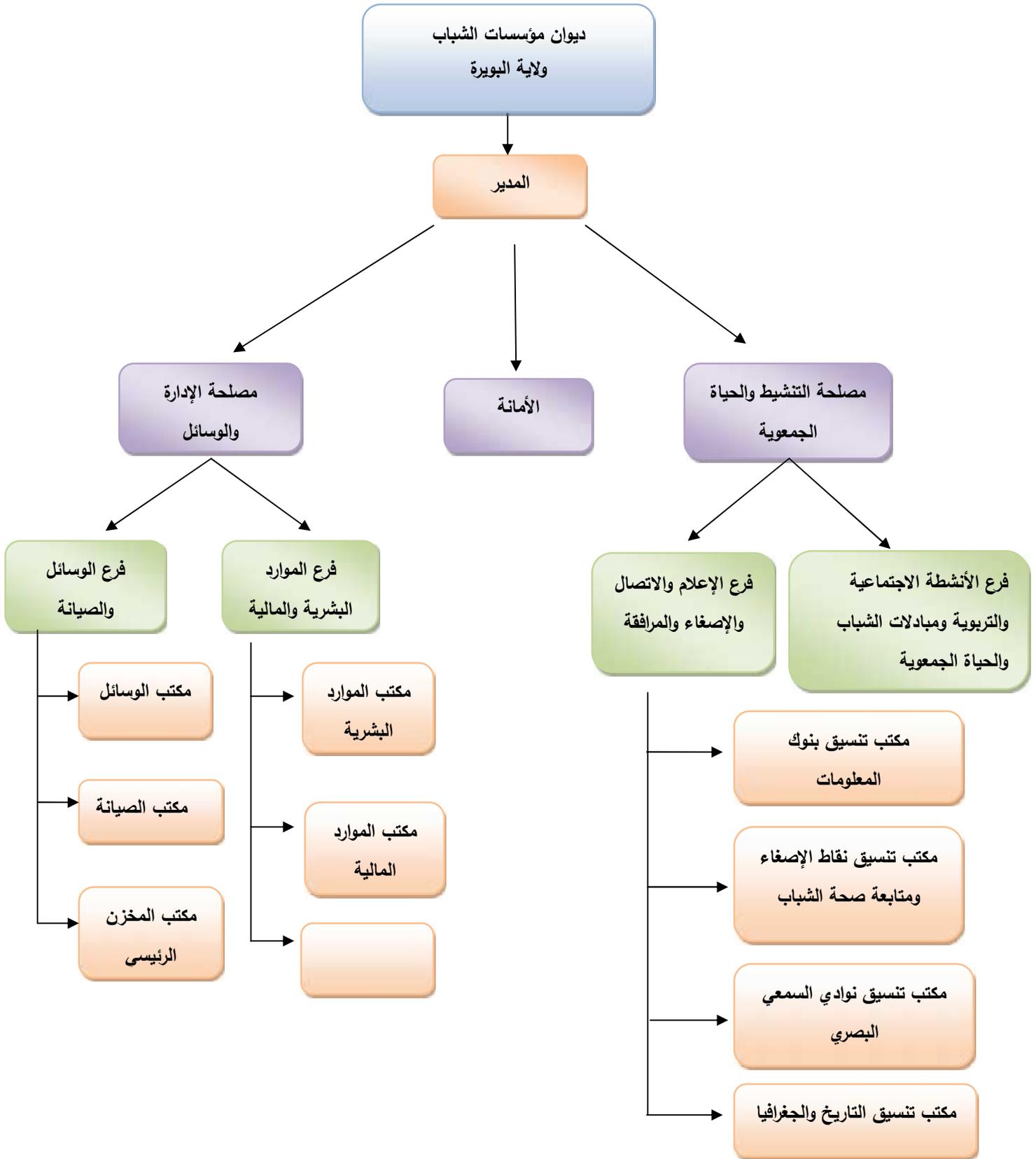
الموقع الإلكتروني: [Site web odej-bouira.net](http://odej-bouira.net)

مهام ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة:



شكل هندسي يوضح مهام ديوان مؤسسات الشباب

## هيكل تنظيمي لديوان مؤسسات لشباب لولاية البويرة:



شكل هندسي يوضح الهيكل التنظيمي للديوان المصدر: من وثائق الديوان.

## II. الإطار التطبيقي:

### 1. تحليل وتفسير البيانات الميدانية

#### المحور الأول: البيانات الشخصية

الجدول رقم 01: يبين خصائص العينة حسب متغير الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	12	32,4
أنثى	25	67,6
المجموع	37	100,0

الهدف من الجدول أعلاه هو معرفة نسبة العينة من ناحية متغير الجنس، ومن خلال الإحصائيات المدرجة أعلاه يتضح لنا أن نسبة الإناث أكبر من نسبة الذكور، إذ بلغت نسبة الإناث 67.6%، بينما نسبة الذكور بلغت 32.4%، وعليه نستنتج أن فئة الإناث هي الفئة الغالبة في العمل لدى ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة، وهذا راجع إلى طبيعة التركيبة البشرية للمجتمع الجزائري، إذ نجد نسبة الإناث أكبر من الذكور.

الجدول رقم 02: يبين خصائص العينة حسب متغير السن.

الفئة العمرية	التكرار	النسبة
من 25 إلى 35 سنة	11	29,7
من 36 إلى 46 سنة	17	45,9
أكثر من 47 سنة	9	24,3
المجموع	37	100,0

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الفئة العمرية التي تتراوح ما بين 36 إلى 46 سنة تمثل أعلى نسبة والتي تقدر ب 45.9%، وتليها الفئة العمرية التي تتراوح ما بين 25 إلى 35 سنة بنسبة 29.7%، تليها الفئة أكثر من 47 سنة بنسبة 24.3%.

**الجدول رقم 03: يبين خصائص العينة حسب متغير الرتبة.**

الرتبة	التكرار	النسبة
مستشار الشباب	8	21,6
متصرف إداري	7	18,9
أخصائي نفسي	4	10,8
مهندس دولة إعلام آلي	1	2,7
مساعد متصرف	2	5,4
ملحق رئيسي للإدارة	1	2,7
كاتب	4	10,8
رئيس فرع	1	2,7
مدير مؤسسة	1	2,7
وكيل مداخل	1	2,7
مربي رئيسي	3	8,1
تقني سامي إعلام آلي	1	2,7
عاملة مهنية	1	2,7
رئيس مصلحة المستخدمين	1	2,7
محاسب إداري رئيسي	1	2,7
المجموع	37	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن غالبية أفراد العينة من رتبة مستشار الشباب وذلك بنسبة 21.6%، تليها رتبة متصرف إداري بنسبة 18.9%، بعدها رتبة أخصائي نفسي

وكاتب بنفس النسبة المقدرة بـ 10.8%، مربي رئيسي بنسبة 8.1%، ورتبة مساعد متصرف بنسبة 5.4%، ثم تليها كل من الرتب التالية: مهندس دولة إعلام آلي، ملحق رئيسي للإدارة، رئيس فرع، مدير مؤسسة، وكيل مداخيل، تقني سامي إعلام آلي، عاملة مهنية، رئيس مصلحة المستخدمين، محاسب إداري رئيسي بنسبة 2.7%.

**المحور الثاني: مكانة الاتصال المناسب في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة**

**الجدول رقم 04: يبين المعرفة المسبقة بالاتصال المناسب.**

النسبة	التكرار	الإجابة
100,0	37	نعم

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أن كل أفراد العينة على دراية مسبقة بالاتصال المناسب وذلك بنسبة 100%، ويعود ذلك لطبيعة عمل موظفين ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة حيث تعتمد على الاتصال المناسب دائما لإنجاح التظاهرات والترويج لها عبر المتاح من الوسائل العصرية لاسيما الرقمية منها وذلك حسب ما صرح به مدير ديوان مؤسسات الشباب في المقابلة التي أجريت معه.

**الجدول رقم 05: يبين الأهمية التي يحضى بها الاتصال المناسب في المؤسسة.**

النسبة	التكرار	الإجابة
21,6	8	مقبولة
37,8	14	متوسطة
40,5	15	جيدة
100,0	37	المجموع

من خلال معطيات الجدول تبين لنا أن غالبية أفراد العينة يعتقدون أن الأهمية التي يحضى بها الاتصال المناسب في مؤسساتهم جيدة وذلك بنسبة 40.5%، تليها من يعتقدون أن الأهمية التي يحضى بها متوسطة بنسبة 37.8%، بعدها أهمية مقبولة بنسبة

21.6%. وعليه نستنتج أن الاتصال المناسب يحرص باهتمام عالي من قبل الموظفين في المؤسسة حيث أن أغلب النشاطات التي تقوم بها ضمن الاتصال المناسب.

الجدول رقم 06: يبين الجهات الفاعلة في تنظيم المناسبات في المؤسسة.

النسبة	التكرار	الإجابة
40,2%	35	مصلحة الإعلام والاتصال والتنشيط
24,1%	21	فرع النشاطات الاج والتربوية
17,2%	15	مستشار الشباب
6,9%	6	وكالات متخصصة
11,5%	10	الرابطات والجمعيات
100,0%	87	المجموع

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أن الجهات الفاعلة في تنظيم المناسبات في ديوان مؤسسات الشباب هي مصلحة الإعلام والاتصال بنسبة 40.2%، تأتي بعدها فرع النشاطات الاجتماعية والتربوية بنسبة 24.1%، تليها مستشار الشباب بنسبة 17.2%، تليها الرابطات والجمعيات بنسبة 11.5%، ثم وكالات متخصصة في المجال (خارج المؤسسة) بنسبة 6.9%.

ومنه نستنتج أن الهيئة التي تعمل على تنظيم الأحداث هي مصلحة الإعلام والاتصال والتنشيط حيث يقتصر دورها في تنسيق العمل مع مختلف الفروع التابعة لها مثل فرع الإعلام والاتصال الذي تعول عليه كثيرا لترويج للعملية وكذا المؤسسات الشبانية المتواجدة في إقليم الولاية حيث يتم التنسيق معها في معظم الأحداث (مديرية الشباب والرياضة، الرابطات والجمعيات، التكوين المهني...) وهذا ما صرح به مدير المؤسسة ورئيسة فرع الإعلام والاتصال والإصغاء والمرافقة في المقابلة التي أجريت معهم.

الجدول رقم 07: يبين نوع المناسبات التي يستغلها ديوان مؤسسات الشباب.

النسبة	التكرار	نوع المناسبات
14,4%	36	أحداث وطنية
12,8%	32	أحداث رياضية
12,0%	30	نشاطات التوعية
12,4%	31	أحداث علمية
12,4%	31	أحداث ثقافية
10,8%	27	أحداث دينية
12,8%	32	تكريمات
12,4%	31	نشاطات وقائية صحية
100,0%	250	المجموع

من خلال معطيات الجدول نلاحظ أن نوع المناسبات التي يستغلها ديوان مؤسسات الشباب هي الأحداث الوطنية بنسبة 14.4%، تليها الأحداث الرياضية والتكريمات بنفس النسبة المقدرة بـ 12.8%، تليها الأحداث العلمية والأحداث الثقافية والنشاطات الوقائية الصحية بنفس النسبة أيضا والمقدرة بـ 12.4%، والنشاطات التوعوية بنسبة 12%.

من خلال معطيات الجدول نستنتج أن المؤسسة تتبنى مختلف أنواع المناسبات الدينية والوطنية والثقافية وغيرها من المذكورة في الجدول، وهذا ما أكدته المقابلة مع معظم الإطارات العاملين في ديوان مؤسسات الشباب، حيث تتماشى هذه المناسبات مع الأهداف المنشودة للمؤسسة أبرزها توصيل رسالة معينة إلى الجمهور المتلقي وذلك حسب الأهمية التي تكتسبها كل مناسبة.

الجدول رقم 08: يبين الأهمية التي يحض بها الاتصال المناسب حسب متغير الجنس.

المجموع	الجنس		ما الأهمية التي يحض بها الاتصال المناسب في مؤسستكم؟	
	أنثى	ذكر		
8	5	3	التكرار	مقبولة
%21,6	62,5%	37,5%	النسبة %	
14	8	6	التكرار	متوسطة
37,8%	57,1%	42,9%	النسبة %	
15	12	3	التكرار	جيدة
40,6%	80,0%	20,0%	النسبة %	
37	25	12	التكرار	المجموع
100,0%	67,6%	32,4%	النسبة %	

من خلال الجدول أعلاه والذي يبين الأهمية التي يحض بها الاتصال المناسب حسب متغير الجنس نلاحظ ما يلي:

فيما يخص الإجابة (مقبولة) تصدرتها نسبة 62.5% لصالح الإناث، مقابل 37.5% لصالح الذكور.

بينما الإجابة (متوسطة) فقد سجلت 57.1% لصالح الإناث، مقابل 42.9% للذكور.

والإجابة ب(جيدة) سجلت نسبة 80% لصالح الإناث، مقابل 20% للذكور.

ومنه نستنتج أن الاتصال المناسب في ديوان مؤسسات الشباب يحضى بأهمية جيدة من قبل الإناث كونهم الفئة الغالبة في المؤسسة.

الجدول رقم 09: يبين العلاقة بين الأهمية التي يحضى بها الاتصال المناسباتي والجهات الفاعلة في المؤسسة.

المجموع	الرابطات والجمعيات	وكالات متخصصة	مستشار الشباب	فرع النشاطات الاج والتربوية	مصلحة الإعلام والاتصال	الجهات الفاعلة	
						التكرار	النسبة
18	2	2	3	4	7	التكرار	مقبولة
20,7%	11,1%	11,1%	16,7%	22,2%	38,9%	النسبة	
29	3	0	5	7	14	التكرار	متوسطة
33,3%	10,3%	0,0%	17,2%	24,1%	48,3%	النسبة	
40	5	4	7	10	14	التكرار	جيدة
46%	12,5%	10%	17,5%	25%	35%	النسبة	
87	10	6	15	21	35	التكرار	المجموع
100 %	11,5%	6,9%	17,2%	24,1%	40,2%	النسبة	

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين العلاقة بين الأهمية التي يحضى بها الاتصال المناسباتي والجهات الفاعلة في المؤسسة نجد أن:

بالنسبة للإجابة "مقبولة" فقد تصدرتها مصلحة الإعلام والاتصال بنسبة 38,9%، تلتها فرع النشاطات الاج والتربوية بنسبة 22,2%، يليها مستشار الشباب بنسبة 16,7%، يليها الوكالات المتخصصة بنسبة 11,1% والرابطات والجمعيات بنفس النسبة.

والإجابة "متوسطة" فقد كانت كالتالي مصلحة الإعلام والاتصال بنسبة 48,3%، تلتها فرع النشاطات الاج والتربوية بنسبة 24,1%، يليها مستشار الشباب بنسبة 17,2%، والرابطات والجمعيات بنسبة 10,3%، بينما كانت النسبة منعدمة لوكالات متخصصة.

بينما الإجابة "جيدة" فقد تصدرتها مصلحة الإعلام والاتصال بنسبة 35%، تلتها فرع النشاطات الاج والتربوية بنسبة 25%، يليها مستشار الشباب بنسبة 17,5%، تليها الرابطات والجمعيات بنسبة 12,5%، والوكالات المتخصصة بنسبة 10%.

ومنه نستنتج أن الجهات الفاعلة المتمثلة في مصلحة الإعلام والاتصال والتنشيط ساعدت بدورها في إكساب الاتصال المناسباتي في ديوان مؤسسات الشباب أهمية بالغة من خلال تنظيمها لمختلف المناسبات بدقة تناسب معايير الاتصال المناسباتي.

**الجدول رقم 10: يبين العلاقة بين الأهمية التي يحظى بها الاتصال المناسباتي والجهات الفاعلة في المؤسسة**

المجموع	الرابطات والجمعيات	وكالات متخصصة	مستشار الشباب	فرع النشاطات الاج والتربوية	مصلحة الإعلام والاتصال	الجهات الفاعلة		الاهمية
						التكرار	النسبة%	
18	2	2	3	4	7	التكرار	مقبولة	
20.7%	11.1%	11.1%	16.7%	22.2%	38.9%	النسبة%		
29	3	0	5	7	14	التكرار	متوسطة	
33.3%	10.3%	0.0%	17.2%	24.1%	48.3%	النسبة%		
40	5	4	7	10	14	التكرار	جيدة	
46%	12.5%	10.0%	17.5%	25.0%	35.0%	النسبة%		
87	10	6	15	21	35	التكرار	المجموع	
100%	11.5%	6.9%	17.2%	24.1%	40.2%	%النسبة		

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يبين العلاقة بين الأهمية التي يحظى بها الاتصال المناسباتي والجهات الفاعلة في المؤسسة نجد أن:

بالنسبة للإجابة "مقبولة" فقد تصدرتها مصلحة الإعلام والاتصال بنسبة 38.9%، تليها فرع النشاطات الاجتماعية والتربوية بنسبة 22.2%، يليها مستشار الشباب بنسبة 16.7%، يليه وكالات متخصصة بنسبة 11.1%، والرابطات والجمعيات بنفس النسبة.

أما عند الإجابة "متوسطة" فقد تصدرتها أيضا مصلحة الإعلام والاتصال بنسبة 48.3%، تلتها فرع النشاطات الاجتماعية والتربوية بنسبة 24.1%، يليه مستشار الشباب بنسبة 17.2%، ثم الرابطات والجمعيات بنسبة 10.3%، في حين كانت النسبة معدومة لدى وكالات متخصصة.

بينما كانت الإجابة "جيدة" 35% لصالح مصلحة الإعلام والاتصال، يليها فرع النشاطات الاجتماعية والتربوية بنسبة 25%، يليه مستشار الشباب بنسبة 17.5%، ثم الرابطات والجمعيات بنسبة 12.5%، يليها وكالات متخصصة بنسبة 10%.

و منه نستنتج أن الأهمية الكبيرة التي يحضى بها الاتصال المناسب في ديوان مؤسسات الشباب يعود الفضل فيها إلى الجهات الفاعلة والقائمة على تنظيم الاتصال المناسب في الديوان، وأهمية الجهد الذي تقوم به هذه الجهات مثلا: مصلحة الإعلام والاتصال و التنشيط مهمتها في ديوان مؤسسات الشباب هو متابعة نقاط الإعلام والاتصال و تكليفها بتنظيم التظاهرات الوطنية، الدينية و العالمية، كما تنظم ملتقيات وندوات، وأيام دراسية وإعلامية ، تليها فرع النشاطات الاجتماعية والتربوية التي تكون مهمتها هي تنظيم أيام إعلامية ودورات تحسيسية حول مختلف الآفات الاجتماعية، و توعية المتلقين بمختلف الجهات الفاعلة الأخرى(مستشار الشباب، الرابطات والجمعيات، وكالات متخصصة) مهمتها هي التنسيق مع الجهات المهمة لضمان السير الحسن لمختلف المناسبات.

الجدول رقم 11: يبين العلاقة بين المعرفة المسبقة بالاتصال المناسب وأهميته في المؤسسة.

المجموع	ما الأهمية التي يحض بها الاتصال المناسب في مؤسستكم؟			لديك معرفة مسبقة بالاتصال المناسب	
	جيدة	متوسطة	مقبولة	التكرار	نعم
37	15	14	8	التكرار	نعم
100%	40.5%	37.8%	21.6%	النسبة %	
37	15	14	8	التكرار	المجموع
100%	40.5%	37.8%	21.6%	النسبة %	

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يبين العلاقة بين المعرفة المسبقة بالاتصال المناسب وأهميته في المؤسسة نجد أن:

100% من الإجابات كانت "نعم" حيث تصدرتها جيدة جدا بنسبة 40.5%، تلتها متوسطة بنسبة 37.8%، ومقبولة بنسبة 21.6%.

من خلال معطيات الجدول نستنتج أن معظم موظفي مؤسسات الشباب لديهم معرفة مسبقة حول الاتصال المناسب لأنه يكون ضمن عملهم ونشاطاتهم في المؤسسة، وله أهمية بالغة في ديوان مؤسسات الشباب حيث يعكس الوجه الحضاري لها، ويساعدها على القيام بدورها اتجاه المجتمع، ويقدم خدمات مجانية لها.

المحور الثالث: أهداف الاتصال المناسباتي في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة.

الجدول رقم 12: يبين استغلال ديوان مؤسسات الشباب الحدث من أجل تعزيز سمعتها.

النسبة	التكرار	الإجابة
91,9	34	نعم
8,1	3	لا
100,0	37	المجموع

في حالة الإجابة بنعم من خلال ماذا يكون ذلك؟

النسبة	التكرار	الإجابة
49,2%	30	الرسائل الإعلامية
21,3%	13	الأعمال الخيرية
29,5%	18	الرعاية
100,0%	61	المجموع

من خلال الجدول أعلاه تبين لنا أن ديوان مؤسسات الشباب يستغل الحدث من أجل تعزيز سمعتها بنسبة 91.9%، مقابل 8.1% أنها لا تستغل الحدث من أجل تعزيز سمعتها.

وفي حالة استغلال ديوان مؤسسات الشباب للحدث من أجل تعزيز سمعتها فإنها تقوم بذلك من خلال الرسائل الإعلامية بنسبة 49.2%، ومن خلال الرعاية بنسبة 29.5%، ومن خلال الأعمال الخيرية بنسبة 29.5%.

ومن ذلك نستنتج أن أهمية السمعة هي من أهم عوامل نجاح المؤسسة كما يتوقف تقدير باقي المؤسسات لها، بما ينعكس على تعاملاتها ومدى الترحيب بها، باعتبارها فردا صالحا في المجتمع يقوم بدور ايجابي وذلك من خلال الرسائل الإعلامية والأعمال الخيرية والرعاية التي تقوم بها بما ينعكس على الرضا الوظيفي للعاملين والجمهور المتلقي.

الجدول رقم 13: يبين في ماذا تساهم رعاية الأحداث التي تقوم بها ديوان مؤسسات الشباب.

النسبة	التكرار	الإجابة
20,6%	28	التعريف بطبيعة المؤسسة
20,6%	28	التسلية والترفيه
14,7%	20	زيادة الوعي لها
15,4%	21	تحسين صورة المؤسسة
21,3%	29	تشجيع الإبداع
7,4%	10	جذب فئة الشباب والأطفال
100,0%	136	المجموع

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أن رعاية الأحداث التي تقوم بها ديوان مؤسسات الشباب تساهم في تشجيع الإبداع بنسبة 21.3%، تليها التعريف بطبيعة المؤسسة والتسلية والترفيه بنفس النسبة المقدرة بـ 20.6%، تليها تحسين صورة المؤسسة بنسبة 15.4%، وزيادة الوعي لها بنسبة 14.7%، وجذب فئة الشباب والأطفال بنسبة 7.4%.

وذلك راجع إلى المهام الوظيفية التي تقوم بها ديوان مؤسسات الشباب ودورها في تنظيم النشاطات التربوية والثقافية والاجتماعية ونشاطات التسلية والترفيه اتجاه الشباب وتسييرها، وتوفير مجال أوسع لاستثمار أوقات الفراغ لدى الشباب في ممارسة الأنشطة الترفيهية المختلفة لتشجيع الإبداع فيها، وكذا التعريف بطبيعة عمل المؤسسة وزيادة الإقبال عليها.

الجدول رقم 14: يبين كيف يكون الاتصال المناسب عاملا في تلاحم الموظفين وخلق روح التعاون والتنسيق.

النسبة	التكرار	الإجابة
21,9%	14	المشاركة في اتخاذ القرارات
48,4%	31	المشاركة في تنظيم الأحداث
29,7%	19	جمع الموظفين حول مشروع ما
100,0%	64	المجموع

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أن الاتصال المناسب يكون عاملا في تلاحم الموظفين وخلق روح التعاون والتنسيق من خلال المشاركة في تنظيم الأحداث بنسبة 48.4%، تليها من خلال جمع الموظفين حول مشروع ما بنسبة 29.7%، تليها من خلال المشاركة في اتخاذ القرارات بنسبة 21.9%.

نستنتج حسب الملاحظة بالمشاركة التي قمنا بها في ديوان مؤسسات الشباب أنها من المؤسسات التي تعمل على إشراك جميع الموظفين في وضع الخطط والبرامج لإنجاح الحدث والوصول للهدف المرجو، وذلك من خلال مجموعة من الخطوات التي يعتمدونها لتنظيم مناسبة أو حدث ما المتمثلة في:

دراسة المناسبة مع مصلحة الإعلام والتنشيط والقيام بالاجتماعات التحضيرية ويتم من خلالها تقسيم مهام كل لجنة كل على حد على حسب حجم العملية ومتطلباتها، يتم متابعة عمل هذه اللجان على حسب مخطط زمني ويتم تقييم هذه العملية بعدها ثم اقتراح توصيات يتم العمل بها في حالة إعادة العملية في وقت آخر.

الجدول رقم 15: يبين الفئات التي يستهدفها الاتصال المناسب في ديوان مؤسسات الشباب.

النسبة	التكرار	الإجابة
23,5%	19	العمال
13,6%	11	المساهمون
18,5%	15	الشركاء
44,4%	36	الشباب
100,0%	81	المجموع

من خلال معطيات الجدول نلاحظ أن الفئات التي يستهدفها الاتصال المناسب في ديوان مؤسسات الشباب هي فئة الشباب بنسبة 44.4%، تليها فئة العمال بنسبة 23.5%، تليها فئة الشركاء بنسبة 18.5%، تليها فئة المساهمون بنسبة 13.6%.

نلاحظ أن الشباب يحتل مكانة بارزة في تركيبة المجتمع من حيث العدد والأدوار والحاجات فنسبة الشباب في بنية المجتمع هي الأعلى مقارنة بباقي الفئات السكانية، وهو يمثل رهانا اجتماعيا في المسيرة التنموية للبلاد في مستوى تحقيق المعادلة بين توفير حاجيات الشاب وجعله قادرا على الانخراط في نسق التنمية الشاملة والمستدامة، وفي هذا الإطار تلعب ديوان مؤسسات الشباب وظائف ذات أهمية بالغة في جعل الشباب مفاعلا مع طبيعة السياق الاجتماعي بشكل يؤهله للإطلاع بالأدوار المستقبلية المرجوة منه، وتعتمد هذه الوظائف طرق ووسائل متفاعلة مع تطور المتغيرات المحيطة بالمؤسسة (مؤسسات- جمعيات- خصوصيات ثقافية- خصوصيات إبداعية...) وبالمعطيات التي تميز شخصية الشاب (الميل-الرغبات-الأدوار...)

الجدول رقم 16: يبين طموح ديوان مؤسسات الشباب من خلال تغطيتها الإعلامية لمختلف المناسبات.

النسبة	التكرار	الإجابة
34,7%	35	خدمة الشباب وتأطيره
18,8%	19	إمداد الجماهير بمختلف الأخبار
27,7%	28	تنمية وتقوية صورة المؤسسة
18,8%	19	المحافظة على صورتها
100,0%	101	المجموع

من خلال معطيات الجدول نلاحظ أن طموح ديوان مؤسسات الشباب هو خدمة الشباب وتأطيره وذلك بنسبة 34.7%، وتنمية وتقوية صورة المؤسسة بنسبة 27.7%، تليها إمداد الجماهير بمختلف الأخبار والمحافظة على صورتها بنفس النسبة لكليهما والمقدرة 18.8%.

نستنتج أن ديوان مؤسسات الشباب من خلال تغطيتها الإعلامية لمختلف المناسبات تسعى لخدمة الشباب وتأطيره لكونه طاقة للتغير والتشكيل وذلك من خلال توسيع قاعدة ممارسي الهويات الفكرية، في ميدان الثقافة والفنون والعلوم والمهارات اليدوية وتعميم الثقافة العلمية في أوساط الشباب عن طريق تهميشهم وتوعيتهم بمكانة وأهمية العلم والتكنولوجيا في حياة الفرد والمجتمع، وتحقيق الذبوع والانتشار الإعلامي لنشاط المؤسسة في فئة الشباب خاصة وذلك بإطلاعهم على مختلف أنشطة وأعمال المؤسسة وإنجازاتها.

الجدول رقم 17: يبين المنفعة التي تعود على المؤسسة من خلال مختلف المناسبات المنظمة.

النسبة	التكرار	الإجابة
89,2	33	نعم
10,8	4	لا
100,0	37	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلب أفراد العينة يرون أن مختلف المناسبات المنظمة تعود بالنفع على المؤسسة بنسبة 89.2%، مقابل 10.8% يرون أنها لا تعود بالنفع عليها.

تبين لنا أن المنفعة التي تعود على ديوان مؤسسات الشباب من خلال مختلف المناسبات التي ينظمها تتمثل في تنمية تعزيز أو تعديل صورة المؤسسة بالإضافة إلى علامتها التجارية أو خدماتها، حيث يمكن توجيه الصورة نحو قيم المؤسسة كالفعالية، الإبداع... وكذلك إعطاء صورة ايجابية عن المؤسسة وإبراز كفاءاتها وتفوقها وزيادة التلاحم والترابط بين عمال المؤسسة واستقطاب الكفاءات والخبرات المؤهلة.

الجدول رقم 18: يبين تمكن المؤسسة من تحقيق أهدافها الاتصالية.

النسبة	التكرار	الإجابة
75,7	28	نعم
24,3	9	لا
100,0	37	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلب أفراد العينة يرون أن المؤسسة حققت أهدافها الاتصالية بنسبة 75.7%، مقابل 24.3% يرون أنها لم تحقق أهدافها الاتصالية.

نستنتج أن ديوان مؤسسات الشباب قد تمكن من تحقيق أهدافه الاتصالية المرجوة وذلك من خلال التأثير على المستقبلين بتوجيههم إلى اكتساب اتجاهات جديدة أو تعديل وتثبيت اتجاهات قديمة موجودة عندهم وتوعيتهم وزيادة معارفهم لما يدور حولهم من أحداث وإكسابهم خبرات ومهارات ومعلومات جديدة.

الجدول رقم 19: يبين إذا كانت المناسبات تعود بالنفع حسب متغير السن.

المجموع	السن			هل تعتقد أن مختلف المناسبات المنظمة تعود بالنفع؟	
	أكثر من 47 سنة	من 36 إلى 46 سنة	من 25 إلى 35 سنة		
33	9	14	10	التكرار	نعم
89,2%	27,3%	42,4%	30,3%	النسبة %	
4	0	3	1	التكرار	لا
10,8%	0,0%	75,0%	25,0%	النسبة %	
37	9	17	11	التكرار	المجموع
100%	24,3%	45,9%	29,7%	النسبة %	

من خلال معطيات الجدول أعلاه الذي يبين إذا كانت المناسبات تعود بالنفع على

المؤسسة حسب متغير السن لاحظنا ما يلي:

في الإجابة (نعم) سجلت أعلى نسبة عند الفئة 36 إلى 46 سنة بنسبة 42.4%، تليها

الفئة 25 إلى 35 سنة بنسبة 30.3%، تليها الفئة أكثر من 47 سنة بنسبة 27.3%.

وفيما يخص الإجابة (لا) كانت النسبة الأكبر عند الفئة 36 إلى 46 سنة بنسبة 75%،

مقابل 25% عند الفئة 25 إلى 35 سنة.

ومنه نستنتج أن المناسبات التي تقوم بها ديوان مؤسسات الشباب تعود عليها بالنفع وذلك حسب تصريح المبحوثين من فئة 36 إلى 46 سنة كونهم من الموظفين المخضرمين في المؤسسة.

الجدول رقم 20: يبين تحقيق المؤسسة لأهدافها حسب متغير السن.

المجموع	السن			هل تمكن ديوان مؤسسات الشباب من تحقيق أهدافه؟	
	أكثر من 47 سنة	من 36 إلى 46 سنة	من 25 إلى 35 سنة		
28	6	13	9	التكرار	نعم
75,7%	21,4%	46,4%	32,1%	النسبة %	
9	3	4	2	التكرار	لا
24,3%	33,3%	44,4%	22,2%	النسبة %	
37	9	17	11	التكرار	المجموع
100,0%	24,3%	45,9%	29,7%	النسبة %	

من خلال الجدول أعلاه الذي يبين تحقيق المؤسسة لأهدافها حسب متغير السن نلاحظ

ما يلي:

في الإجابة (نعم) سجلت أعلى نسبة عند الفئة 36 إلى 46 سنة بنسبة 46.4%، تليها الفئة 25 إلى 35 سنة بنسبة 32.1%، تليها الفئة أكثر من 47 سنة بنسبة 21.4%. وفيما يخص الإجابة (لا) كانت النسبة الأكبر عند الفئة 36 إلى 46 سنة بنسبة 44.4%، تليها نسبة 33.3% عند فئة أكثر من 47 سنة، تليها نسبة 22.2% عند الفئة 25 إلى 35 سنة.

ومنه نستنتج أن ديوان مؤسسات الشباب قد حقق أهدافه المسطرة وذلك حسب تصريح المبحوثين من فئة 36 إلى 46 سنة كونهم من الموظفين المخضرمين في المؤسسة ولأن معظم إطارات العاملين في المؤسسة ضمن هذه الفئة.

الجدول رقم 21: يبين العلاقة بين الفئات المستهدفة وطموح المؤسسة.

المجموع	المحافظة على صورتها	تنمية وتقوية صورة المؤسسة	إمداد الجماهير بمختلف الأخبار	خدمة الشباب وتأطيره	طموح المؤسسة الفئات المستهدفة	
					التكرار	النسبة %
62	14	18	12	18	التكرار	العمال
24,5%	22,6%	29,0%	19,4%	29,0%	النسبة %	
39	8	11	10	10	التكرار	المساهمون
15,4%	20,5%	28,2%	25,6%	25,6%	النسبة %	
55	12	15	13	15	التكرار	الشركاء
21,7%	21,8%	27,3%	23,6%	27,3%	النسبة %	
97	18	27	18	34	التكرار	الشباب
38,4%	18,6%	27,8%	18,6%	35,1%	النسبة %	
253	52	71	53	77	التكرار	المجموع
100%	20,6%	28,1%	20,9%	30,4%	النسبة %	

من خلال الجدول أعلاه الذي يبين العلاقة بين الفئات المستهدفة وطموح المؤسسة نجد أن:

الذين قالوا أن الفئة المستهدفة هي "العمال" تصدرتها نسبة 29% لصالح كل من خدمة الشباب وتأطيره وتنمية وتقوية صورة المؤسسة، تلتها نسبة 22,6% للمحافظة على صورة المؤسسة، تلتها نسبة 19,4% لإمداد الجماهير بمختلف الأخبار.

أما بالنسبة للذين قالوا أن الفئة المستهدفة هي "المساهمون" فقد تصدرتها نسبة 28,2% لتنمية وتقوية صورة المؤسسة، تلتها نسبة 25,6% لكل من خدمة الشباب وتأطيره وإمداد الجماهير بمختلف الأخبار، تلتها نسبة 20,5% للمحافظة على صورة المؤسسة.

وفي ما يخص الذين قالوا أن الفئة المستهدفة هي "الشركاء" فقد تصدرتها نسبة 27,3% لكل من خدمة الشباب وتأطيره وتنمية وتقوية صورة المؤسسة، تليها نسبة 23,6% لإمداد الجماهير بمختلف الأخبار، تليها نسبة 21,8% للمحافظة على صورة المؤسسة.

والذين قالوا أن الفئة المستهدفة هي "الشباب" يرون أن طموح المؤسسة هو خدمة الشباب وتأطيره بنسبة 35,1%، تليها تنمية وتقوية صورة المؤسسة بنسبة 27,8%، تليها إمداد الجماهير بمختلف الأخبار بنسبة 18,6% والمحافظة على صورة المؤسسة بنفس النسبة.

ومنه نستنتج أن طموح ديوان مؤسسات الشباب هو جذب أكبر عدد من الشباب الطموح والمبدع، لأن هذه المؤسسة ظهرت فكرة إنشائها بعد التفكير الملي في امتصاص البطالة والركود والتفاسع الشباني، حيث أرادت أن تلعب دورا أساسيا وهو تنظيم الوقت الحر لمختلف شرائح الشباب دون استثناء، وتمثلت مهامها الرئيسية في إعلام الشباب وتوجيهه وتنشيطه، كل ذلك من أجل استيعاب كل الطاقات الحية لهذه الفئة سعيا وراء إدماجها وترقيتها اجتماعيا وثقافيا واقتصاديا.

الجدول رقم 22: يبين العلاقة بين منفعة المؤسسة وطموحها.

المجموع	المحافظة على صورتها	تنمية وتقوية صورة المؤسسة	إمداد ال جماهير بمختلف الأخبار	خدمة الشباب وتأطيره	طموح المؤسسة تعود بالمنفعة	
					التكرار	نعم
91	17	25	18	31	التكرار	نعم
90,1%	18,7%	27,5%	19,8%	34,1%	النسبة %	
10	2	3	1	4	التكرار	لا
9,9%	20,0%	30,0%	10,0%	40,0%	النسبة %	
101	19	28	19	35	التكرار	المجموع
100,0%	18,8%	27,7%	18,8%	34,7%	النسبة %	

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين العلاقة بين منفعة المؤسسة وطموحها نجد أن:

بالنسبة للإجابة ب"نعم" فتصدرتها خدمة الشباب وتأطيره بنسبة 31,1%، تليها تنمية وتقوية صورة المؤسسة بنسبة 27,5%، تليها إمداد الجماهير بمختلف الأخبار بنسبة 19,8%، تليها المحافظة على صورة المؤسسة بنسبة 18,7%.

وبالنسبة للإجابة ب"لا" تصدرتها خدمة الشباب وتأطيره بنسبة 40%، تليها تنمية وتقوية صورة المؤسسة بنسبة 30%، تليها المحافظة على صورة المؤسسة بنسبة 20%، تليها إمداد الجماهير بمختلف الأخبار بنسبة 10%.

ومنه نستنتج أن نشاطات ديوان مؤسسات الشباب يعود بالنفع عليها مما انعكس ايجابيا على طموحات المؤسسة والمتمثلة في خدمة الشباب وتأطيره وشجعت على الإبداع في جميع الميادين وكونت علاقات مع محيطها الداخلي والخارجي، ونقلت المعلومات بطريقة حديثة.

الجدول رقم 23: يبين العلاقة بين المنفعة التي تعود على المؤسسة وتمكنها من تحقيق أهدافها.

المجموع	هل تمكنت ديوان مؤسسات الشباب من تحقيق أهدافها؟		هل تعتقد أن مختلف المناسبات المنظمة تعود بالنفع؟	
	لا	نعم	التكرار	النسبة %
33	8	25	التكرار	النسبة %
89.2%	24.2%	75.8%	التكرار	النسبة %
4	1	3	التكرار	النسبة %
10.8%	25.0%	75.0%	التكرار	النسبة %
37	9	28	التكرار	النسبة %
100.0%	24.3%	75.7%	التكرار	النسبة %

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يبين العلاقة بين المنفعة التي تعود على المؤسسة وتمكنها من تحقيق أهدافها نجد أن:

أغلب أفراد العينة الذين يرون أن المناسبات تعود بالنفع على المؤسسة قد تمكنت من تحقيق أهدافها بنسبة 75.8%، مقابل 24.2% يرون أنها لم تحقق أهدافها.

نستنتج أن ديوان مؤسسات الشباب تسعى إلى بلوغ العديد من الأهداف من وراء تنظيم مختلف الأحداث، سواء التي تنظم دوريا أو التي تنظم خصيصا في إطار مناسبة معينة، وهذه الأهداف تمكنها من تحقيق المنفعة للمؤسسة كإعطاء صورة أصلية تمييزية وإيجابية بشكل مستمر وتطويرها، وتعزيز التلاحم بين الموظفين وإدماجهم، و المساهمة في إنشاء ثقافة المؤسسة وتسييرها، وخلق جو من العلاقات الإنسانية.

المحور الرابع: الوسائل الاتصالية والاستراتيجيات التي يعتمد عليها ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة.

الجدول رقم 24: يبين الوسائل الاتصالية التي تستعملها المؤسسة في تفعيل علاقاتها أثناء الحدث.

النسبة	التكرار	الإجابة
15,3%	21	مؤتمرات وملتقيات
17,5%	24	ندوات
22,6%	31	معارض
24,8%	34	حفلات
19,7%	27	أبواب مفتوحة
100,0%	137	المجموع

من خلال معطيات الجدول نلاحظ أن أكثر الوسائل التي تستعملها المؤسسة في تفعيل علاقاتها أثناء ممارسة مختلف النشاطات هي الحفلات بنسبة 24.8%، تليها المعارض بنسبة 22.6%، تليها أبواب مفتوحة بنسبة 19.7%، تليها الندوات بنسبة 17.5%، تليها المؤتمرات والملتقيات بنسبة 15.3%.

نستنتج أن ديوان مؤسسات الشباب يقوم بالعديد من الحفلات والمناسبات المتنوعة، ويكون لدى كل حفلة نظام وطريقة خاصة، ولذلك يجب مراعاة طرق تنظيم الحفلات على حسب أنواعها منها الدينية والثقافية والوطنية والرياضية وغيرها، وهذه الحفلات تجذب أعداد كثيرة من الأشخاص لحضورها منها الشخصيات الرسمية العسكرية والمدنية. إذ يمكن للاتصال المناسب أن يكون عاملاً للتلاحم من خلال جمع أفراد المجتمع حول الحدث الذي يتميز بمناخ جديد من العلاقات الإنسانية والاجتماعية.

الجدول رقم 25: يبين إذا كانت الوسائل تساهم في إنجاح الحدث.

النسبة	التكرار	الإجابة
94,6	35	نعم
5,4	2	لا
100,0	37	المجموع

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أن أغلب أفراد العينة يرون أن الوسائل المستعملة تساهم في إنجاح الحدث وذلك بنسبة 94.6%، مقابل 5.4% يرون أنها لا تساهم.

يتبين لنا أن الوسائل التي تعتمدها ديوان مؤسسات الشباب لإنجاح الحدث فعالة حيث أنها تسخر كل الوسائل المادية والبشرية المتاحة لتنظيم الحدث على أكمل وجه من (عمال- موظفين- إطارات- لافتات إعلامية - مطويات- ملصقات)، وأيضا الإجراءات الإدارية من إعلام الهيئات الإدارية والأمنية وغيرها.

الجدول رقم 26: يبين الوسيلة الاتصالية المعتمدة.

النسبة	التكرار	الإجابة
20,1%	35	وسائل الإعلام
20,1%	35	ملصقات
7,5%	13	الرسائل النصية
18,4%	32	دعوات رسمية
13,8%	24	البريد الإلكتروني
20,1%	35	وسائل التواصل الاج
100,0%	174	المجموع

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أن الوسائل الاتصالية الأكثر اعتمادا هي وسيلة الإعلام، ملصقات، وسائل التواصل الاجتماعي بنفس النسبة المقدرة ب 20.1%، تليها

الدعوات الرسمية بنسبة 18.4%، تليها البريد الإلكتروني بنسبة 13.8%، تليها الرسائل النصية بنسبة 7.5%.

نستنتج أن الوسائل التي يعتمد عليها ديوان مؤسسات الشباب هي الأكثر شهرة واستخداماً في الاتصال المناسب لانسجامها مع طبيعة الموضوع، منها الاتصال الإلكتروني عن طريق وسائل الإعلام المختلفة وإدامة التواصل والدرشة الجماعية عن طريق منصات التواصل الاجتماعي وإجراء مناقشات داخلية قبل أو أثناء المناسبة، وإمكانية توفير خدمة التواصل مع الجمهور بعضهم بعضاً لترتيب موضوع معين أو مناقشته أو مشاركته، وأيضاً استخدام ملصقات على حائط المؤسسة أو في المناطق ذات الكثافة السكانية أو المرور الكثيف.

الجدول رقم 27: يبين إذا كانت وسائل الاتصال المعتمدة مناسبة لنقل المعلومة.

النسبة	التكرار	الإجابة
94,6	35	نعم
5,4	2	لا
100,0	37	المجموع

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أن أغلب أفراد العينة يرون أن وسائل الاتصال المعتمدة مناسبة لنقل المعلومة للجمهور بنسبة 94.6%، مقابل 5.4% يرون أنها غير مناسبة لنقل المعلومة.

نستنتج أن وسائل الاتصال التي يعتمد عليها ديوان مؤسسة الشباب فعالة، وذلك راجع إلى النتيجة التي تم تحصيلها بعد نهاية الحدث حيث تم استقطاب العديد من الجماهير المختلفة وتقييمهم الإيجابي للحدث.

الجدول رقم 28: يبين مكان إقامة نشاطات الاتصال الحديثي.

النسبة	التكرار	الإجابة
43,2	16	داخل ديوان مؤسسات الشباب
2,7	1	خارج ديوان مؤسسات الشباب
54,1	20	في كليهما
100,0	37	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن مكان إقامة نشاطات الاتصال الحديثي يكون غالبا داخل وخارج ديوان مؤسسات الشباب بنسبة 54.1%، وداخل ديوان مؤسسات الشباب بنسبة 43.2%، وخارج ديوان مؤسسات الشباب بنسبة 2.7%.

نستنتج من خلال معطياتنا السابقة أن ديوان مؤسسات الشباب يقيم نشاطاته داخل وخارج المؤسسة وهذا راجع إلى نوع المناسبة المكلف بها، ونرى أن ديوان مؤسسات الشباب جاء وفق تخطيط علمي هادف وعلى هذا الأساس أنشأت المؤسسات الشبانية بكل أنواعها وهيكلها، كالمراكز الثقافية ودور الشباب والمركبات الجوارية وغيرها وذلك للاستفادة من قدرات هذه المؤسسات لتنظيم وتنشيط المناسبات التي يحتفل بها من ذو الفكر والثقافة والعلوم والرياضة.

الجدول رقم 29: يبين المكان الذي تلقى فيه نشاطات الاتصال الحثي نجاحا أكثر.

النسبة	التكرار	الإجابة
45,9	17	داخل ديوان مؤسسات الشباب
27,0	10	خارج ديوان مؤسسات الشباب
27,0	10	في كليهما
100,0	37	المجموع

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أن أكثر مكان تلقى فيه نشاطات الاتصال الحثي نجاحا أكثر هو داخل ديوان مؤسسات الشباب وذلك بنسبة 45.9%، تليها خارج ديوان مؤسسات الشباب بنسبة 27%، ونفس النسبة في كليهما (داخل وخارج المؤسسة).

يتبين لنا أن المكان الذي يتلقى فيه الحدث نجاحا أكثر هو بداخل ديوان مؤسسات الشباب باعتباره أنه يحتل مكانة بارزة ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي تحت وصاية وزارة الشباب والرياضة، فهو يتولى مهام الاستقبال والإعلام والاتصال والإصغاء والتوجيه، التنشيط، التكوين والإدماج.

الجدول رقم 30: يبين المدة التي يستغرقها الحدث في المؤسسة.

النسبة	التكرار	الإجابة
13,6%	11	نصف يوم
32,1%	26	يوم
19,8%	16	يومين
22,2%	18	أسبوع
12,3%	10	أكثر من أسبوع
100,0%	81	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المدة التي يستغرقها الحدث في المؤسسة هي يوم بنسبة 32.1%، تليها أسبوعا بنسبة 22.2%، تليها يومين بنسبة 19.8%، تليها نصف يوم بنسبة 13.6%، تليها أكثر من أسبوع بنسبة 12.3%.

نستنتج أن المدة التي يستغرقها الحدث في المؤسسة تعتمد على نوع المناسبة بحد ذاتها، حيث أن أغلب المناسبات تستغرق يوم واحد كالمناسبات العالمية والوطنية والموسمية.

الجدول رقم 31: يبين إستراتيجية الحدث.

النسبة	التكرار	الإجابة
15,9%	11	تعريفية
18,8%	13	اقتناعية
47,8%	33	تحسيسية
17,4%	12	اشهارية
100,0%	69	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن إستراتيجية الحدث هي تحسيسية بنسبة 47.8%، تليها اقتناعية بنسبة 18.8%، تليها اشهارية بنسبة 17.4%، تليها تعريفية بنسبة 15.9%.

تبين لنا أن الإستراتيجية الأكثر اعتماداً من قبل ديوان مؤسسات الشباب هي الإستراتيجية التحسيسية، ويمكن إرجاع ذلك لانتشار الأمراض والأوبئة والآفات الاجتماعية في الآونة الأخيرة دفعت المؤسسة لتبني الأنشطة التحسيسية.

الجدول رقم 32: يبين استعمال الاتصال المباشر أثناء الحدث عن قصد.

النسبة	التكرار	الإجابة
91,9	34	نعم
8,1	3	لا
100,0	37	المجموع

في حالة الإجابة "بنعم"

النسبة	التكرار	الإجابة
33,9%	19	اقتناعية وحوارية
42,9%	24	الأنسب للاستقبال
23,2%	13	دعامة لحمل اسم وشعار المؤسسة
100,0%	56	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ أنه يتم استعمال الاتصال المباشر بقصد وذلك بنسبة 91.9%،

مقابل 8.1% لا يتم استعمال الاتصال المباشر أثناء الحدث بقصد.

وفي حالة تم استعمالها بطريقة قصدية فهذا لأنها الأنسب للاستقبال بنسبة 42.9%،

ولأنها اقتناعية وحوارية بنسبة 33.9%، ولأنها دعامة لحمل اسم وشعار المؤسسة بنسبة

23.2%.

نستنتج أن المؤسسة تعتمد على الاتصال المباشر بشكل قصدي لأنه الأنسب للاستقبال

أثناء الحدث إذ يركز على تبادل الرسائل بكل مصداقية بحيث يفهم ما يحدث قدر الإمكان

على عكس ما يحدث في أسلوب الاتصال غير المباشر، لسهولة توصيل المعلومات والبيانات وشرحها.

الجدول رقم 33: يبين العلاقة بين الوسائل التي تستعملها المؤسسة في تفعيل علاقتها ومدى فعاليتها.

المجموع	هل تساهم هذه الوسائل في إنجاح الحدث؟		الوسائل التي تستعملها في تفعيل علاقتها	
	لا	نعم	التكرار	النسبة %
22	0	22	التكرار	
15,6%	0,0%	100,0%	النسبة %	مؤتمرات وملتقيات
25	1	24	التكرار	
17,7%	4,0%	96,0%	النسبة %	ندوات
32	1	31	التكرار	
22,7%	3,1%	96,9%	النسبة %	معارض
34	2	32	التكرار	
24,1%	5,9%	94,1%	النسبة %	حفلات
28	1	27	التكرار	
19,9%	3,6%	96,4%	النسبة %	أبواب مفتوحة
141	5	136	التكرار	
100,0%	3,5%	96,5%	النسبة %	المجموع

من خلال الجدول أعلاه الذي يبين العلاقة بين الوسائل التي تستعملها المؤسسة في تفعيل علاقتها ومدى فعاليتها نجد أن:

أن الوسائل التي تستعملها المؤسسة لتفعيل علاقتها "مؤتمرات وملتقيات" تساهم 100% في إنجاح الحدث.

أما "الندوات" فهي "نعم" تساهم بنسبة 96% في إنجاح الحدث، مقابل 4% "لا" هي لا تساهم في إنجاح الحدث.

بالنسبة "للمعارض" فهي تساهم بنسبة 94,9% في إنجاز الحدث، مقابل 3,1% لا تساهم في إنجاز الحدث.

بينما "الحفلات" تساهم بنسبة 94,1% في إنجاز الحدث، مقابل 5,9% لا تساهم في إنجاز الحدث.

وأخيرا "أبواب مفتوحة" فهي تساهم في إنجاز الحدث بنسبة 96,4%، مقابل نسبة 3,6% لا تساهم في إنجاز الحدث.

ومنه نستنتج أن بعض الوسائل (الحفلات والمعارض) التي تستعملها ديوان مؤسسات الشباب تساهم بشكل كبير في نجاحها، وهذا راجع إلى أنماط هذه الأحداث حيث تتمتع بالنشاط والحيوية وتبعث على الاندفاع والارتياح والحركة وإثارة حماس الحضور، فهذه الوسائل تسمح بتحفيز الأشخاص بخصوص نجاح ما أو ذكرى سنوية أو مختلف الأعياد سواء الوطنية أو الدينية وغيرها، وتتضمن العديد من الأنشطة الايجابية في ظروف غير اعتيادية (جلب فنانيين، شخصيات رسمية ومدنية...) وهذا ما ساعدها على تفعيل علاقاتها.

الجدول رقم 34: يبين العلاقة بين الوسائل التي تستعملها المؤسسة لتفعيل علاقاتها وأنواع الوسائل.

المجموع	وسائل التواصل الاجتماعي	البريد الإلكتروني	دعوات رسمية	الرسائل النصية	ملصقات	وسائل الإعلام	نوع الوسيلة	
							التكرار	النسبة %
109	22	16	19	9	21	22	التكرار	مؤتمرات وملتقيات
16%	20,2%	14,7%	17,4%	8,3%	19,3%	20,2%	النسبة %	
121	23	16	23	10	24	25	التكرار	ندوات
17,8%	19,0%	13,2%	19,0%	8,3%	19,8%	20,7%	النسبة %	
154	31	23	28	11	30	31	التكرار	معارض
22,6%	20,1%	14,9%	18,2%	7,1%	19,5%	20,1%	النسبة %	
159	32	22	29	12	32	32	التكرار	حفلات
23,4%	20,1%	13,8%	18,2%	7,5%	20,1%	20,1%	النسبة %	
137	27	22	24	10	27	27	التكرار	أبواب مفتوحة
20,2%	19,7%	16,1%	17,5%	7,3%	19,7%	19,7%	النسبة %	
680	135	99	123	52	134	137	التكرار	المجموع
100,0%	19,9%	14,6%	18,1%	7,6%	19,7%	20,1%	النسبة %	

من خلال الجدول الذي يبين العلاقة بين الوسائل التي تستعملها المؤسسة لتفعيل علاقاتها

وأنواع الوسائل نجد أن:

أن الوسائل التي تستعملها المؤسسة لتفعيل علاقاتها "مؤتمرات وملتقيات" تعتمد على وسائل الإعلام بنسبة 20,2% ووسائل التواصل الاجتماعي بنفس النسبة، تليها ملصقات بنسبة 19,3%، تليها دعوات رسمية بنسبة 17,4%، يليها البريد الإلكتروني بنسبة 14,7%، يليها الرسائل النصية بنسبة 8,3% .

أما "الندوات" تعتمد على وسائل الإعلام بنسبة 20,7% تليها ملصقات بنسبة 19,8%، تليها دعوات رسمية بنسبة 19% ووسائل التواصل الاجتماعي بنفس النسبة، يليها البريد الإلكتروني بنسبة 13,2%، يليها الرسائل النصية بنسبة 8,3% .

بالنسبة "للمعارض" تعتمد على وسائل الإعلام بنسبة 20,1%، ووسائل التواصل الاجتماعي بنفس النسبة، تليها ملصقات بنسبة 19,5%، تليها دعوات رسمية بنسبة 18,2%، يليها البريد الإلكتروني بنسبة 14,9%، يليها الرسائل النصية بنسبة 7,1%.

بينما "الحفلات" تعتمد على وسائل الإعلام بنسبة 20,1% تليها ملصقات ووسائل التواصل الاجتماعي بنفس النسبة، تليها دعوات رسمية بنسبة 18,2%، يليها البريد الإلكتروني بنسبة 13,8%، يليها الرسائل النصية بنسبة 7,5%.

وأخيرا "أبواب مفتوحة" تعتمد على وسائل الإعلام بنسبة 19,7% تليها ملصقات ووسائل التواصل الاجتماعي بنفس النسبة، تليها دعوات رسمية بنسبة 17,5%، يليها البريد الإلكتروني بنسبة 16,1%، يليها الرسائل النصية بنسبة 7,3%.

نستنتج أن الوسائل (حفلات ومعارض وغيرها) التي تستعملها ديوان مؤسسات الشباب في تفعيل علاقاتها تستخدم فيها وسائل الإعلام والملصقات ومواقع التواصل الاجتماعي بكثرة للترويج لهذه المناسبات، فمهمة هذه الوسائل في هذه الأحداث هي بناء صورة ذهنية ايجابية عن المؤسسة لدى مختلف الجماهير الداخلية والخارجية، وتوفر منتدى لمناقشة الآراء حول رسالة هذه الأحداث، وهي أيضا لديها القدرة على تجميع الأفراد وتوجيههم وحثهم حول موضوع ما إذ تشكل هذه الوسائل أهمية بارزة وسرعة في المعالجة والتأثير على المتلقي لرسم صورة محببة وسمعة ايجابية عن المؤسسة.

الجدول رقم 35: يبين الوسائل الاتصال المعتمدة للاتصال بالجمهور ومدى فعاليتها.

المجموع	وسائل التواصل الاج	البريد الالكتروني	دعوات رسمية	الرسائل النصية	ملصقات	وسائل الإعلام	الوسيلة المعتمدة للاتصال	
							فعاليتها	التكرار
168	33	24	31	13	33	34	التكرار	نعم
96,5%	19,6%	14,3%	18,5%	7,7%	19,6%	20,2%	النسبة %	
6	2	0	1	0	2	1	التكرار	لا
3,5%	33,3%	0,0%	16,7%	0,0%	33,3%	16,7%	النسبة %	
174	35	24	32	13	35	35	التكرار	المجموع
100,0%	20,1%	13,8%	18,4%	7,5%	20,1%	20,1%	النسبة %	

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين الوسائل الاتصال المعتمدة للاتصال بالجمهور ومدى

فعاليتها نجد أن:

بالنسبة للإجابة ب"نعم" فتصدرتها وسائل الإعلام بنسبة 20,2%، تليها ملصقات ووسائل التواصل الاجتماعي بنفس النسبة، تليها دعوات رسمية بنسبة 18,5%، يليها البريد الإلكتروني بنسبة 14,3%، يليها الرسائل النصية بنسبة 7,7%.

وبالنسبة للإجابة ب"لا" تصدرتها ملصقات بنسبة 33,3%، ووسائل التواصل الاجتماعي بنفس النسبة، تليها دعوات رسمية بنسبة 16,7%، بينما كانت النسبة معدومة عند كل من الرسائل النصية والبريد الإلكتروني.

ومنه نستنتج أن الوسائل التي تعتمد عليها ديوان مؤسسات الشباب في الترويج لمنشطاتها فعالة وهذا ما يبينه الجدول رقم 34.

الجدول رقم 36: يبين العلاقة بين مكان إقامة الحدث والمدة الزمنية.

المجموع	المدة الزمنية للحدث					مكان إقامة الحدث	
	أكثر من أسبوع	أسبوع	يومين	يوم	نصف يوم		
30	4	5	6	12	3	التكرار	داخل ديوان مؤسسات الشباب
37%	13.3%	16.7%	20.0%	40.0%	10.0%	النسبة %	
0	0	0	0	0	0	التكرار	خارج ديوان مؤسسات الشباب
00.0%	00.0%	00.0%	00.0%	00.0%	00.0%	النسبة %	
51	6	13	10	14	8	التكرار	في كليهما
63%	11.8%	25.5%	19.6%	27.5%	15.7%	النسبة %	
81	10	18	16	26	11	التكرار	المجموع
100.0%	12.3%	22.2%	19.8%	32.1%	13.6%	النسبة %	

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يبين العلاقة بين مكان إقامة الحدث والمدة الزمنية

نجد أن:

في ما يخص الإجابة "داخل ديوان مؤسسة الشباب" فتجد أن النسبة الغالبة كانت لدى "يوم" بنسبة 40%، تليها يومين بنسبة 20%، يليها أسبوع بنسبة 16.7%، يليها أكثر من أسبوع بنسبة 13.3%، يليها نصف يوم بنسبة 10%.

بينما الإجابة ب "كليهما" (داخل وخارج المؤسسة) فقد كانت نسبة 27.5% يوم، ثم 25.5% أسبوع، ثم 19.6% يومين، يليها 15.7% نصف يوم، يليها 11.8% لأكثر من أسبوع.

نستنتج أن نجاح الحدث في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة يكمن في تحديد الزمان والمكان المناسبين لإقامة الحدث والمدة الزمنية التي يستغرقها، فالحدث يحدث خلال فترة

زمنية معينة حسب نوع المناسبة، فهما يلعبان دوراً أساسياً في نجاح الحدث حيث يحجز المكان المناسب لعرض المناسبة، سواء داخل ديوان مؤسسات الشباب أو خارجه (دار الثقافة، المؤسسات الشبابية، المكتبة الرئيسية...).

**المحور الخامس: العوائق التي تحد من فعالية الاتصال المناسباتي في تشكيل صورة**

**حسنة عن ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة.**

**الجدول رقم 37: يبين وجود عوائق تواجه المؤسسة.**

النسبة	التكرار	الإجابة
75,7	28	نعم
24,3	9	لا
100,0	37	المجموع

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أن 75.7% من أفراد العينة يرون أن المؤسسة تواجه

عوائق، مقابل 24.3% يرون أنها لا تواجه عوائق.

في حالة "نعم" ما نوع العراقيل:

النسبة	التكرار	الإجابة
21,3%	16	عراقيل تنظيمية
33,3%	25	عراقيل مالية
10,7%	8	عراقيل بشرية
12,0%	9	عراقيل إدارية
6,7%	5	عراقيل قانونية
10,7%	8	عراقيل إستراتيجية
5,3%	4	عراقيل النفسية اجتماعية
100,0%	75	المجموع

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أن أكثر العراقل التي تواجهها المؤسسة هي عراقيل مالية بنسبة 33.3%، تليها العراقل التنظيمية بنسبة 21.3%، تليها العراقل الإدارية بنسبة 12%، تليها العراقل البشرية بنسبة 10.7%، والعراقل الإستراتيجية بنفس النسبة، تليها العراقل القانونية بنسبة 6.7%، والعراقل النفسية والاجتماعية بنسبة 5.3%.

تبين لنا من خلال المعطيات السابقة ومن خلال ما تم التصريح بيه في المقابلات أن ديوان مؤسسات الشباب ككل القطاعات لا يستبعد المعوقات والعراقل عند تنظيم مناسبة أو حدث معين خاصة التظاهرات الكبرى، فغالبا ما تصادفهم صعوبات من الجانب المالي في توفير الوسائل اللازمة للعمل وأداء المهام، بحيث لا تواكب ميزانية الديوان حجم الحدث، بالإضافة إلى العراقل التنظيمية إذ يأخذ عادة التنظيم وقتا طويلا في تحديد سير العملية في حين أن التدخل واتخاذ الإجراءات اللازمة يستوجب السرعة في التنفيذ، وكذلك في حالة التنسيق مع قطاعات أخرى قد يحدث عدم التزامها بالعمل الموكل لها واللامبالاة في التنظيم.

## 2. مناقشة نتائج الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى إثراء البحوث العلمية الخاصة في مجال الاتصال والعلاقات العامة، لذلك هي تحاول الوصول إلى نتائج تكون مبنية على حقائق علمية، وتكون مستقاة من معطيات الواقع الميداني، فعليه سوف نعرض هذه النتائج بناء على تساؤلات الدراسة وأهدافها، وحسب مقترب النظري، ومن خلال الدراسات السابقة.

### • في ضوء التساؤلات الفرعية:

1-التساؤل الفرعي الأول: ما هي مكانة الاتصال المناسباتي في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة؟

انطلاقا من تفريغ أسئلة المحور الخاص بهذا التساؤل وتحليل نتائجه واستقرائها تبين لنا المكانة الكبيرة التي يشغلها الاتصال المناسباتي في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة، و ذلك من خلال الأهمية العالية التي يحضى بها من قبل الموظفين في المؤسسة، وخاصة الجهات الفاعلة أو المسؤولة عن تنظيمه، حيث يقتصر دورها في تنسيق العمل مع مختلف الفروع التابعة لها مثل فرع الإعلام والاتصال الذي تعول عليه كثيرا لترويج لمختلف الأحداث الوطنية، الدينية والثقافية، الرياضية وغيرها... ، حيث تتماشى هذه المناسبات مع الأهداف المنشودة للمؤسسة أبرزها توصيل رسالة معينة إلى الجمهور المتلقي وذلك حسب الأهمية التي تكتسبها كل مناسبة.

2-التساؤل الفرعي الثاني: ما هي أهداف الاتصال المناسباتي في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة؟

من خلال تفريغ أسئلة المحور الخاص بهذا التساؤل، والتعليق عليها وتحليلها نلاحظ أن ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة تستغل الحدث استغلالا كاملا بنسبة 91,9%، من أجل تعزيز سمعتها التي هي من أهم عوامل نجاح المؤسسة كما ينعكس على تعاملاتها، وذلك

من خلال الرسائل الإعلامية والأعمال الخيرية والرعاية التي تقوم بها، حيث تساعد رعاية هذه الأحداث على التعريف بطبيعة عمل المؤسسة وزيادة الإقبال عليها، وذلك بإشراك جميع الموظفين في وضع الخطط والبرامج لإنجاح الحدث والوصول للهدف المرجو، والوصول الى أكبر فئة من الجمهور المتلقي خاصة فئة الشباب التي تسعى لخدمته وتأطيره لكونه طاقة للتغير، وهذا بالفعل ما يتمشى مع طموحها ويزيدها منفعة.

### 3- التساؤل الفرعي الثالث: ما هي الوسائل الاتصالية والاستراتيجيات التي يعتمد عليها

الاتصال المناسباتي في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة؟

من خلال تفريغ أسئلة المحور الخاص بهذا التساؤل، والتعليق عليها وتحليلها نلاحظ أن ديوان مؤسسات الشباب تقوم بالعديد من الحفلات والمناسبات المتنوعة منها الحفلات والمعارض والأبواب المفتوحة، التي تجذب أعداد كثيرة من الأشخاص لحضورها منها الشخصيات الرسمية العسكرية والمدنية، وهذه الوسائل تساهم بشكل كبير في إنجاح الحدث، حيث أنها تسخر بكل الوسائل المادية والبشرية المتاحة لتنظيم الحدث على أكمل وجه، ومن أهم الوسائل الاتصالية المعتمدة بكثرة في ديوان مؤسسات الشباب هي مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام والملصقات باعتبارها من أحسن الوسائل للترويج للأحداث التي تنظمها أو تشارك فيها المؤسسة، وأيضا من الاستراتيجيات التي يعتمد عليها ديوان مؤسسات الشباب هو اختيار مكان إقامة الحدث والمدة الزمنية بدقة وبراغى في هذه الأحداث استعمال الاتصال المباشر عن قصد لأنه الأنسب للاستقبال، ويركز على تبادل الرسائل بكل مصداقية وشفافية.

4-التساؤل الفرعي الرابع: ما هي العوائق التي تحد من فعالية الاتصال المناسباتي في تشكيل صورة حسنة عن ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة؟

من خلال تفريغ أسئلة المحور الخاص بهذا التساؤل والتعليق عليها وتحليلها، تبين لنا وجود عدة عوائق وعراقيل تواجه ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة خاصة العراقيل التنظيمية والمالية، توفير الوسائل اللازمة للعمل وأداء المهام، بحيث لا تواكب ميزانية الديوان حجم الحدث، بالإضافة إلى أن التنظيم يأخذ وقتا طويلا في تحديد سير العملية في حين أن التدخل واتخاذ الإجراءات اللازمة يستوجب السرعة في التنفيذ.

#### • في ضوء المحتوى النظري:

بعد إجرائنا لهذه الدراسة التي تمحورت حول "دور الاتصال المناسباتي في المؤسسة الجزائرية" دراسة ميدانية لديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة، ومن خلال المعطيات التي تحصلنا عليها من خلال الاستبيان الموجه لموظفي ديوان مؤسسات الشباب وبعد أن قمنا بتحليلها واستنباط النتائج سنحاول موازاتها بالجانب النظري ومقارنتها به:

✓ كما سبق وأن تطرقنا إليه في الجانب النظري للدراسة هي أن الاتصال المناسباتي هو عملية إعلامية أساسها رسالة تدور حول الحدث، وتعمل على التعريف به، لأنه قادر على توحيد الناس وخلق فضاء حقيقي للتواصل، القائم على الاتصال المباشر والمواجهي مع عدد غير من الجماهير في مكان وزمان واحد. ويعتبر أيضا سياسة اتصالية ووسيلة هامة في نقل الأفكار إلى الجماهير والتأثير عليهم وعلى آرائهم ومن ثم يعمل على تعزيز ثقتهم بالمؤسسة وبخدماتها، فبعد اطلاعنا على النتائج المتوصل إليها في الجانب التطبيقي أكد لنا هذا الشيء حيث لاحظنا أن ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة وباعتبارها مؤسسة تنشط في جميع مجالات تنظيم الأحداث عمدت الى استخدام الاتصال المناسباتي كوسيلة للتعريف بها وتحسين سمعتها وبالتالي مكنها هذا من كسب ثقة الجمهور وتقديره لها.

- ✓ يهدف الاتصال المناسب الى تنمية وتعزيز أو تعديل صورة المؤسسة، وإعطاء صورة ايجابية عنها، زيادة التلاحم والترابط بين عمال المؤسسة واستقطاب الكفاءات والخبرات المؤهلة، وتحقيق الذبوع والانتشار الإعلامي لنشاط المؤسسة، بالإضافة إلى اطلاع الجماهير الخارجية على مختلف أنشطة وأعمال المؤسسة وانجازاتها، وهذا حقيقة ما توصلنا إليه في نتائج الاستبيان إذ تبين معنا أن الاتصال المناسب قد ساهم بشكل كبير في تحسين صورة ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة لدى جماهيرها الداخلية و الخارجية.
- ✓ إن الوسائل الاتصالية والإستراتيجية المستخدمة في الاتصال المناسب تلعب دورا بالغ الأهمية في التأثير على الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة، وهذا ما توصلنا إليه من خلال تحليلنا لأجوبة المبحوثين حيث تبين لنا أن وسائل الاتصال والإستراتيجية التي يعتمدها ديوان مؤسسة الشباب فعالة، وذلك راجع إلى النتيجة التي تم تحصيلها بعد نهاية الحدث حيث تم استقطاب العديد من الجماهير المختلفة وتقييمهم الايجابي للحدث.
- ✓ هناك العديد من الصعوبات التي تواجه الاتصال المناسب خصوصا في المؤسسات الجزائرية، منها صعوبات شخصية، بيئية، وتنظيمية ونفسية اجتماعية والمالية والإستراتيجية، وهذا ما توصلنا إليه من خلال تحليلنا لأجوبة الاستبيان حيث تبين لنا أن من أكثر الصعوبات الكبيرة التي تواجه الاتصال المناسب في ديوان مؤسسات الشباب هي صعوبات تنظيمية و مالية وهذا راجع الى عدم توفير الوسائل اللازمة للعمل بحيث لا تواكب ميزانية الديوان حجم الحدث، بالإضافة إلى أن التنظيم يأخذ وقتا طويلا في تحديد سير العملية في حين أن التدخل واتخاذ الإجراءات اللازمة يستوجب السرعة في التنفيذ، وكذلك في حالة التنسيق مع قطاعات أخرى قد يحدث عدم التزامها بالعمل الموكل لها واللامبالاة في التنظيم.

• في ضوء الدراسات السابقة:

توصلت دراستنا هذه الخاصة ب"دور الاتصال المناسباتي في المؤسسة الجزائرية" دراسة ميدانية بديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة، إلى نتائج نحول من خلالها إبراز أوجه الاتفاق والاختلاف بينهما وبين نتائج الدراسات السابقة:

**الدراسة الأولى:** بعنوان الاتصال الحدتي في المؤسسة الجزائرية، دراسة ميدانية لمكانة الاتصال الحدتي في المديرية الجهوية للتوزيع سونلغاز شرق قسنطينة 02 من إعداد الباحث حسان حجاج مذكرة مكملة لنيل الماجستير تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة منتوري بقسنطينة 2009\2010، ومن خلال النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة السابقة نجد نجد الاتصال الحدتي يعتبر وسيلة هامة في المؤسسة من أجل تحقيق السمعة وصورة المؤسسة المكلفة بالاتصال هي التي تقوم بالإشراف على تنظيم الأحداث، وهذا ما توافق مع نتائج دراستنا من خلال ما بينه الجدولين 13 و16 إذ أكدنا على أن الاتصال المناسباتي يساهم بشكل كبير في تحسين صورة المؤسسة من خلال التنظيم المحكم للأحداث.

كما توافقت إلى حد ما نتائج الدراستين مع بعضهما من حيث أن المؤسسة موضوع الدراسة تعمل على توفير مختلف الإمكانيات المتاحة مالية، مادية وبشرية سواء داخلية أو خارجية من أجل تحقيق أهداف داخلية تمس العمال كالتحفيز والفخر... الخ، وتحسين سمعة وصورة المؤسسة في محيطها.

**الدراسة الثانية:** بعنوان الاتصال الحدتي في المؤسسة التجارية والخدمية في الجزائر "دراسة ميدانية للاتصال الحدتي في المؤسسات السياحية والثقافية للباحث حسان حجاج، في إطار نيل شهادة الدكتوراه في الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة 03 ولاية قسنطينة سنة 2015\2016، ومن خلال النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة السابقة نجد أن

المؤسسات الثقافية تستخدم جميع الوسائل الحديثة التي تستعمل الاتصال في العلاقات العامة بالتنسيق مع الجمعيات المحلية، المتاحف، المسارح، الحرفيين، دور الشباب، المؤسسات الإعلامية، الجامعات والمدارس، وهذا ما توافق إلى حد ما مع نتائج دراستنا

حيث أن ديوان مؤسسات الشباب يستخدم جميع الوسائل الحديثة خاصة منها وسائل التواصل الاجتماعي، ووسائل الإعلام، والملصقات ويقوم بالتنسيق والتعاون مختلف الجمعيات ودور الشباب التابعة له، دار الثقافة، المكتبة الرئيسية للولاية...).

**الدراسة الثالثة:** بعنوان الاتصال الحديث في المؤسسات المتحفية الجزائرية "دراسة ميدانية تحليلية للحدث الاتصالي في شهر التراث 2016 بالمؤسسة المتحفية أحمد باي قسنطينة" للباحث أيوب رقاني، في إطار نيل شهادة الدكتوراه في الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم الاتصال والعلاقات العامة، جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 03، سنة 2017، ومن خلال النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة السابقة توصل الباحث الى أن المؤسسة المتحفية أحمد باي دعامة محتضنة للحدث في معظم نشاطاتها المنظمة وحتى أحداث أخرى خارج هذه المناسبة، وهذا ما توافق مع نتائج دراستنا حيث أن ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة تستعمل الاتصال المناسباتي بشكل مستمر، حيث انها تشغل وتواكب مختلف الأحداث على مدار السنة من حيث التنظيم أو المشاركة. كما استنتج الباحث أن المؤسسة المتحفية أحمد باي تسعى إلى محاولة خلق وبناء صورة حسنة يكفل لها الاستمرار والنجاح في نشاطاتها وتحقيق أهدافها، وهذا أيضا ما توافق مع نتائج دراستنا حيث استنتجنا أن ديوان مؤسسات الشباب تسعى جاهدة الى ابراز قيمها وتعزيز سمعتها وتحسين صورتها لدى الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة.

**الدراسة الرابعة:** بعنوان الاتصال الحديث في المؤسسات الجزائرية -التقنيات والآليات- مؤسسة موبيليس نموذجا للباحث عرايبي محمد كريم رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال مؤسساتي، جامعة محمد سوق

أهراس، سنة 2019\2020، ومن خلال النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة السابقة توصل الباحث الى أن التقنيات المرتبطة بمدى مساهمة مؤسسة موبيليس في حدث آخر لا تنظمه فهي تلجأ إلى (رعاية أحداث خارجة عن المؤسسة، تقديم أعمال خيرية لأحداث خارجة عن المؤسسة، الوصاية على أحداث أخرى، الشراكة في تنظيم حدث آخر مع مؤسسة أخرى) وهذا ما توافق مع نتائج دراستنا وهذا ما توافق إلى حد ما مع نتائج دراستنا حيث أن ديوان مؤسسات الشباب يساهم بشكل كبير في الحدث بالرغم من أنها لم تنظم ذلك الحدث فهي تسعى الى رعاية الأحداث الخارجة عن المؤسسة وتقوم بالتنسيق والتعاون مع مختلف الجمعيات ودور الشباب التابعة له، دار الثقافة، المكتبة الرئيسية للولاية...).

### 3. النتائج العامة للدراسة:

على ضوء ما قمنا به من تحليل وتفسير البيانات المتوصل إليها من خلال الدراسة الميدانية تمكنا من التوصل إلى مجموعة من النتائج وهي كالاتي:

1- يحظى الاتصال المناسباتي في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة بأهمية كبيرة، إذ أن المؤسسة تولي كل اهتمامها لهذا النوع من الاتصال خاصة في السنوات الأخيرة، و ذلك بحكم أن أغلب نشاطاته التي تقوم بها تكون من ضمنه.

2- تعتبر مصلحة الإعلام والاتصال و التنشيط هي الجهة الفاعلة أو المسؤولة عن تنظيم الأحداث وهي المكلفة بالاتصال الذي يربط بين جميع المصالح وخاصة في فترة تنظيم الأحداث وكذا الإشراف على مختلف الأنشطة التي تقوم بها المؤسسة.

3- تستعمل ديوان مؤسسات الشباب الاتصال المناسباتي بشكل مستمر، حيث أنها تستغل وتواكب مختلف الأحداث على مدار السنة سواء من حيث التنظيم أو المشاركة، بما فيها من أحداث رياضية، ثقافية، دينية ووطنية وغيرها...

4- تسعى ديوان مؤسسات الشباب من خلال مختلف نشاطات الاتصال المناسباتي إلى إبراز قيمها وتعزيز سمعتها، وتحسين صورتها لدى جمهورها الداخلي والخارجي.

5- تساهم رعاية الأحداث التي تقوم بها ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة إلى تشجيع الإبداع في أوساط الشباب والتعريف بطبيعة المؤسسة وكذا التسلية والترفيه.

6- يستهدف الاتصال المناسباتي في ديوان مؤسسات الشباب فئة الشباب من مختلف النشاطات التي تنظم داخل المؤسسة بهدف تحميس الشباب وتوعيتهم.

7- إن طموح ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة من خلال تغطيتها الإعلامية لمختلف المناسبات هو أن باعتبار الإعلام سلطة رابعة فهو يكون الرأي العام ويغير اتجاهه، بحيث الانطباعات الحسنة التي تكتبها وسائل الإعلام أو تعرضها أو تذيعها حول

المؤسسة ينعكس الاهتمام الايجابي لها، مما يؤدي إلى تقديم صورة ذهنية ايجابية عنها الذي تبقى فيه.

8- تمكنت ديوان مؤسسات الشباب من تحقيق أهدافها الاتصالية، وذلك لاهتمامها الكبير بميدان الاتصال، مترجمة ذلك باحتواء خلية خاصة بالاتصال المناسباتي تمارس من خلالها مختلف الأنشطة.

9- تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام والملصقات من بين أكثر الوسائل التي تعتمد عليها ديوان مؤسسات الشباب في مجال الاتصال المناسباتي باعتبارها موضع اهتمام الجماهير المستهدفة وأكثرها تداولاً، إذ تشغل ديوان مؤسسات الشباب هذه الوسائل للترويج للأحداث التي تنظمها أو تشارك فيها.

10- أكثر مكان ناجح لإقامة نشاطات الاتصال المناسباتي هي داخل ديوان مؤسسات الشباب، وهذا راجع إلى جغرافية المؤسسة وامتلاكها لأهم المنشآت التي تحتضن مثل هذه التظاهرات مما يسهل السير الحسن لها.

11- تعتمد ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة على الاتصال المباشر عن قصد لأنه الأنسب للاستقبال أثناء الحدث ويركز على تبادل الأفكار بكل مصداقية.

12- نشاطات الاتصال المناسباتي في ديوان مؤسسات الشباب جيدة، وهذا راجع إلى سهر المؤسسة وجميع المصالح المكلفة بنشاطات الاتصال المناسباتي والتزام كل فرد فيها بتأدية مهامه على أكمل وجه، و التقيد بكل القرارات التي من شأنها ضمان الإعداد الجيد، وتقديم كل ما يساهم في إنجاح هذه التظاهرات.

13- تعاني ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة من عدة عراقيل أبرزها عراقيل مالية وتنظيمية، وهذا ما يعيق مسارها.

#### 4. الاقتراحات والتوصيات:

على ضوء ما توصلنا إليه من نتائج يمكننا إدراج جملة من الاقتراحات التي من الممكن أن يستفيد منها متخذي القرارات في المؤسسة محل الدراسة حيث تلخصت أهمها في:

1- الاهتمام بالاتصال المناسب وتكثيفه كونه يعتبر الأداة الرئيسية والفعالة التي تمكن المؤسسة من التعريف بنفسها وبخدماتها ولما له من دور في التأثير على الجمهور.

2- الاهتمام بالأنشطة الاتصالية الحديثة داخل المؤسسة باعتبارها الركيزة الأساسية للنجاح الاستراتيجي.

3- إنشاء أقسام للاتصال المناسب على مستوى كل المؤسسات الجزائرية مهمة هذه الأقسام هي تنظيم الفعاليات والأحداث المؤسسية.

4- ضرورة الاهتمام بالقائم بالاتصال المناسب خلال اتصال المؤسسة عبر الحدث، وهذا باختيار عاملين ومختصين أكفاء في الاتصال المناسب، وهذا بانتقاء أشخاص ذوي خبرة في إنجاز الحدث، وحاملين لشهادات مختصة في تنظيم الأحداث.

5- ضرورة مراجعة حصة الاتصال المناسب من الميزانية العامة للمؤسسة، وذلك بتخصيص ميزانية خاصة بالاتصال المناسب.

وأخيرا فان دراستنا هذه لا تغدوا أن تكون إلا محاولة في مجال البحث الأكاديمي، والمجال الاتصالي في العلاقات العامة، نستطيع القول عنها بأنها نقطة انطلاق لمحاولات علمية في المستقبل القريب إن شاء الله.

الختامة

---

لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة، معرفة الدور الذي يلعبه الاتصال المناسب في المؤسسة الجزائرية، دراسة ميدانية لديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة نموذجا، ومنه نستنتج أن الاتصال المناسب أصبح من بين أهم المواضيع التي أصبحت تهم العديد من المؤسسات الجزائرية وبالأخص في الآونة الأخيرة، وذلك إيمانا منها بأهميته كنشاط مؤسسي هادف ويساهم بشكل كبير في تحقيق بعض أهداف المؤسسة كما له قدرة على عرض الجوانب الايجابية والتركيز عليها لتكوين وبناء صورة ذهنية ايجابية حول موضوع الحدث الذي تناوله.

وبالنظر إلى الاستنتاجات التي خلصنا إليها في نهاية دراستنا قد تبين أن الاتصال المناسب الذي قامت به ديوان مؤسسات الشباب قد ساهم إلى حد كبير في جذب الجماهير الداخلية و الخارجية وتمكن من رسم صورة محببة عنها وذلك من خلال استخدام الوسائل الاتصالية المناسبة.

وفي الختام نرجو أن نكون قد وفقنا في إعداد هذا الموضوع وتغطية جوانبه المتعلقة بالاتصال المناسب في المؤسسة الجزائرية، وعلى أن تكون هذه الدراسة مرجعا للطلبة والباحثين في مجال الإعلام والاتصال.

# قائمة المراجع

## قائمة المراجع:

### ❖ القواميس والمعاجم:

1. أحمد زكي بدوي، معجم مصطلح العلوم الاجتماعية (بيروت: مكتبة لبنان، 1993).
2. محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1997).

### ❖ كتب بالعربية:

1. ابراهيم ابراش، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية (الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، 2008).
2. إحسان محمد الحسن، النظريات الاجتماعية المتقدمة (الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع، 2005).
3. رحي مصطفى عليان، البحث العلمي: أسسه، مناهجه وأساليبه، إجراءاته (الأردن: المؤتمر للتوزيع، جامعة البلقان التطبيقية).
4. رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي (عمان: دار دجلة، ط1، 2008).
5. رضوان بلخيري وسارة جابري، مدخل للاتصال والعلاقات العامة (الجزائر: جسر للنشر والتوزيع، ط1، 2013).
6. صلاح الدين شروخ، منهجية البحث القانوني للجامعيين في العلوم القانونية والاجتماعية (عمان: دار العلوم للنشر و التوزيع، 2003).
7. عبد الناصر جندلي: تقنيات و مناهج البحث العلمي في العلوم السياسية والاجتماعية (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2010).
8. غني ناصر وحسين قرشي، المداخل النظرية لعلم الاجتماع (عمان: دار صفاء للنشر و التوزيع، 2011).

9. فضيل ديليو، الاتصال: مفاهيم، نظرياته، وسائله (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2003).
10. فهمي محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011).
11. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (القاهرة: عالم الكتب، ط2، 2000). رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال: المفاهيم الأساسية
12. محمد مرضى الشمري، المدخل إلى دراسة العلاقات العامة والإعلام، ط1 (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع).
13. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، (القاهرة: دار الفجر للنشر و التوزيع، ط1، 2004).
14. منذر عبد الحميد الضامن، أساسيات البحث العلمي (عمان: دار المسيرة، ط1، 2007).
15. ميلودي ع. العزوي، "الاتصال المؤسسي: أساسيته، تطبيقاته، ادارته" (الدار البيضاء، مطبعة النجاح الجديدة، 2007).
16. الوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية (الأردن: عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، دن، 2002).

❖ رسائل الماجستير والدكتوراه:

1. أيوب رقاني، "أثر الاتصال الحداثي على تفعيل العلاقات الجوارية"، دراسة ميدانية بالمؤسسة المتحفية أحمد باي قسنطينة، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 49، جامعة صالح بونيندر، قسنطينة3، الجزائر، 2018\07\01.
2. جمال بولعراس ومنور عمارة وآخرون، دور ومهام النشاطات الترفيهية في مؤسسات الشباب، دراسة ميدانية لمقاطعة الأخرسية، مذكرة نهاية التكوين لنيل شهادة مربي

رئيسي لتنشيط الشباب(في إطار الإدماج)،المعهد الوطني للتكوين العالي لإطارات الشباب"مدني سواحي" تيقصرين-بئر مراد رابيس، الجزائر(2010\2011).

3. حسان حجاج، "الاتصال الحداثي في المؤسسة الجزائرية، دراسة ميدانية لمكانة الاتصال الحداثي في المديرية الجهوية للتوزيع سونلغاز شرق قسنطينة 2 (رسالة ماجستير تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة منتوري قسنطينة، 2009\2010)

4. حسان حجاج، "الاتصال الحداثي في المؤسسة التجارية والخدمية في الجزائر" دراسة ميدانية للاتصال الحداثي في المؤسسات السياحية والثقافية، (أطروحة دكتوراه في الإعلام و الاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة جامعة قسنطينة 03، قسنطينة، 2015\2016).

5. حمزة حاجي، "الوسائل الاتصالية الحداثية في المؤسسة الثقافية الجزائرية"، دراسة ميدانية في قصر الثقافة لولاية الجزائر"مفدي زكريا"، مجلة المعيار، مجلد24، العدد51 (2020)،

6. حورية زروق، نصر الدين بوزيان، "تنظيم التظاهرات:الاتصال الثقافي وحماية الخصوصيات المحلية"، دراسة بالمؤسسة الثقافية مالك حداد، قسنطينة، مجلة الباحث الاجتماعي، العدد 14 (2018)،

7. الزبير بن العون، تحليل سوسبولوجي للصراع في الهيئات المحلية المنتخبة (رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2012)،

8. صليحة شلواش، واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة وأثرها على العمل الصحفي (رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2011\2012)

9. صيفي أمين و توامية أسماء، "واقع الاتصال بين الإدارة المحلية الجزائرية والمواطن" (مذكرة ماستر علوم سياسية، جامعة 5 ماي 1945، قالمة، 2014\2015).

10. عرابية محمد كريم، "الاتصال الحداثي في المؤسسات الجزائرية -التقنيات و الآليات- مؤسسة موبيليس نموذجا (أطروحة دكتوراه في الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال مؤسساتي ، جامعة محمد سوق أهراس 2019\2020).

#### ❖ المجالات والحواليات:

1. أيوب رقاني وإدريس بولكعبيات، "الاتصال الحداثي عبر المفهوم والاستخدام"، مجلة بحوث، مجلد1، العدد11، (2017)،
2. أيوب رقاني، "الاتصال عبر الحدث في المؤسسة الثقافية، دراسة ميدانية بالمؤسسة المتحفية أحمد باي قسنطينة"، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد ب، العدد 47، (2017)،
3. بومشعل يوسف، " فعالية استراتيجيات الاتصال الحداثي في تعزيز سمعة المؤسسة"، مجلة المعيار، مجلد 25، العدد 59، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، الجزائر(30\09\2021)،
4. جميل نسيمة، "دور الاتصال الحداثي في تنمية المؤسسات الثقافية"، ورقة مقدمة في يوم دراسي حول رصد مبادئ الاتصال الحداثي، مدرسة الدكتوراه للعلوم الاجتماعية والإنسانية، (27\04\2020)
5. سمية بورقعة، "الاتصال الحداثي عبر مواقع التواصل الاجتماعي"، صفحة فيسبوك، قسنطينة عاصمة الثقافة العربية، حوليات جامعة قلمة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد13، جامعة باجي مختار، عنابة، 13 ديسمبر 2015
6. عبد الرؤوف فهدى وإدريس بولكعبيات، "الاتصال الحداثي في المؤسسة الجزائرية والتوجه نحو رقمته(مقترح للاعتماد على الويب في خلق وتفعيل أحداث المؤسسة الجزائرية على مختلف مراحلها)، مجلة البدر، جامعة صالح بوبنيدر، قسنطينة، الجزائر، المجلد09، العدد11، (2017)،

7. عرابيية محمد كريم ونواري آمال، "الاتصال الحداثي بين التأسيس والتأصيل"، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، العدد1، جامعة محمد الشريف مساعديّة، سوق أهراس، 2016.

8. فتيحة قاسم، "التفاعل الاجتماعي بالمؤسسات:الاتصال التنظيمي"، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، جامعة زيان بن عاشور، الجلفة، العدد23، المجلد01، (2016)،

9. ليلي بن لطرش وحجاج حسان وفانسون ماير، "الاتصال عن طريق الحدث واستعمالاته في قطاعي الثقافة والسياحة في قسنطينة"، مجلة جامعة المدينة العالمية (مجمع)، العدد16، أبريل2017

10. محمد كريم عرابيية و آمال نواري، "لمحات حول الاتصال الحداثي: دراسة في الأشكال و التقنيات"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، مجلد 11، العدد 01، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، جامعة محمد الشريف مساعديّة سوق أهراس، (2021\06\28)،

11. موسى زرقوط، الاتصال الحداثي ودوره في بناء صورة المؤسسة الاقتصادية الخاصة، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، المجلد15، العدد2، جامعة 20أوت 1955، سكيكدة، الجزائر(2022\01\02)،

12. نبيل حميدشة، "البنائية الوظيفية ودراسة الواقع و لمكانة"، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، العدد05، سكيكدة، الجزائر، (ماي2010)،

13. نجم العيساوي، "الاتصال المناسباتي أو الحداثي"، مدونة الإعلام والعلاقات العامة، 2019

❖ مراجع أجنبية:

1. Anthony Babkine, Adrien Rosier : Réussi l'organisation d'un événement, Eyrolles organisation édition, 2011

❖ مواقع ومدونات:

1. [WWW.almany.com/an/dic/an,an](http://WWW.almany.com/an/dic/an,an).
2. [www.anae.org](http://www.anae.org) la communication évenementielle
3. [WWW.majim.com/dictionary](http://WWW.majim.com/dictionary)

الملاحق



## الملحق رقم 01

استبيان حول:

دور الاتصال المناسب في المؤسسة الجزائرية

دراسة ميدانية على عينة من موظفين ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في الاتصال و العلاقات العامة

إشراف الأستاذ:

من إعداد الطالبة:

- بورحلة سليمان

- تالي لبنى

### ملاحظة

نرجو من سيادتكم التكرم بملء الاستمارة بكل موضوعية, فمعلومات الاستمارة نستخدمها لأغراض علمية, يرجى وضع علامة (X) أمام الإجابة المختارة و لكم منا الشكر الجزيل و التقدير على حسن الدعم والتعاون.

المحور الأول: البيانات الشخصية.

1-الجنس: ذكر  أنثى

2-السن : من 25 إلى 35  من 36 إلى 46

أكثر من 47

3-الرتبة:.....

المحور الثاني: مكانة الاتصال المناسباتي في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة .

4-هل لديك معرفة مسبقة حول الاتصال المناسباتي؟

نعم  لا

5-حسب اعتقادكم ما الأهمية التي يحض الاتصال المناسباتي في مؤسساتكم ؟

مقبولة  متوسطة  جيدة

6-من هي الجهات الفاعلة في تنظيم المناسبات في مؤسساتكم ؟

مصلحة الإعلام و الاتصال

فرع النشاطات الاجتماعية و التربوية

مستشار الشباب

وكالات متخصصة في المجال (خارج المؤسسة)

أخرى تذكر:.....

7- ما نوع المناسبات التي يستغلها ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة في تبنيتها هذا النوع من الاتصال؟

- |                          |                 |                          |                    |
|--------------------------|-----------------|--------------------------|--------------------|
| <input type="checkbox"/> | أحداث وطنية     | <input type="checkbox"/> | أحداث ثقافية       |
| <input type="checkbox"/> | أحداث رياضية    | <input type="checkbox"/> | أحداث دينية        |
| <input type="checkbox"/> | نشاطات التوعوية | <input type="checkbox"/> | تكريمات            |
| <input type="checkbox"/> | نشاطات علمية    | <input type="checkbox"/> | نشاطات وقائية صحية |

أخرى تذكر: .....

المحور الثالث: أهداف الاتصال المناسباتي في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة.

8- هل يستغل ديوان مؤسسات الشباب الحدث من أجل تعزيز سمعتها؟

- نعم  لا

إذا كانت إجابتك ب (نعم) فمن خلال ماذا يكون ذلك؟

- الرسائل الإعلامية  الأعمال الخيرية  الرعاية

أخرى تذكر .....

9- في ماذا تساهم رعاية الأحداث التي تقوم بها ديوان مؤسسات الشباب ؟

- |                          |                        |                          |                    |
|--------------------------|------------------------|--------------------------|--------------------|
| <input type="checkbox"/> | التعريف بطبيعة المؤسسة | <input type="checkbox"/> | تحسين صورة المؤسسة |
| <input type="checkbox"/> | التسلية و الترفيه      | <input type="checkbox"/> | تشجيع الإبداع      |
| <input type="checkbox"/> | زيادة الوعي لها        |                          |                    |

أخرى تذكر: .....

10- كيف يمكن للاتصال المناسب أن يكون عاملاً في تلاحم الموظفين و خلق روح التعاون و التنسيق؟

- المشاركة في اتخاذ القرارات       المشاركة في تنظيم الأحداث
- جمع الموظفين حول مشروع ما
- أخرى تذكر .....

11- ما هي الفئات التي يستهدفها الاتصال المناسب في ديوان مؤسسات الشباب ؟

- العمال       المساهمون       الشركاء       الشباب
- أخرى تذكر .....

12- ما لذي تطمح إليه مؤسستكم من خلال تغطيتها الإعلامية لمختلف المناسبات التي تنظمها؟

- خدمة الشباب و تأطيره
- إمداد الجماهير بمختلف الأخبار عن المؤسسة
- تنمية و تقوية صورة المؤسسة في المحيط الذي تعمل فيه
- المحافظة على صورتها الحسنة و سمعتها

13- هل تعتقد أن مختلف المناسبات المنظمة من قبل مؤسستكم يعود بالنفع عليها؟

- نعم       لا

14- من خلال مختلف المناسبات و الأحداث التي تنظمها مؤسستكم , برأيكم هل تمكنت ديوان مؤسسات الشباب من تحقيق أهدافها الاتصالية ؟

.....

المحور الرابع: الوسائل الاتصالية و الاستراتيجيات التي يعتمد عليها الاتصال  
المناسباتي في ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة.

15- ما هي الوسائل الاتصالية التي تستعملها مؤسستكم في تفعيل علاقاتها أثناء ممارستها  
لمختلف النشاطات؟

مؤتمرات و ملتقيات  ندوات  معارض   
حفلات (شكر و عرفان)  أبواب مفتوحة

16- هل تساهم هذه الوسائل في إنجاح الحدث؟

نعم  لا

17- ما هي الوسيلة الاتصالية المعتمدة من قبل مؤسستكم للاتصال بجمهورها الداخلي  
والخارجي لحضور الأحداث المنظمة؟

وسائل الإعلام  ملصقات  الرسائل النصية   
دعوات رسمية  البريد الإلكتروني  وسائل التواصل الاجتماعي

أخرى تذكر: .....

18- هل تعتقد أن وسائل الاتصال المعتمدة من قبل مؤسستكم مناسبة لنقل المعلومات  
المتعلقة بالأحداث و التظاهرات المنظمة؟

نعم  لا

19- أين تقام نشاطات الاتصال الحدثي؟

داخل ديوان مؤسسات الشباب  خارج ديوان مؤسسات الشباب

20- في اعتقادك أين تلقى نشاطات الاتصال الحدثي نجاحا أكثر؟

داخل ديوان مؤسسات الشباب  خارج ديوان مؤسسات الشباب

21- كم تستغرق مدة الحدث في مؤسستكم؟

نصف يوم  يوم  يومين

أسبوع  أكثر من أسبوع

22- استعمال إستراتيجية الحدث هل هي:

تعريفية  اقناعية  تحسيسية  اشهارية

23- هل تستعملون الاتصال المباشر أثناء الحدث عن قصد؟

نعم  لا

إذا كانت الإجابة بنعم, هل لأنه وسيلة:

اقناعية و حوارية

الأنسب للاستقبال

دعامة لحمل اسم وشعار المؤسسة

المحور الخامس: العوائق التي تحد من فعالية الاتصال المناسباتي في تشكيل صورة حسنة عن ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة.

24- هل توجد عوائق وعراقيل تواجه مؤسستكم أثناء تنظيمها لمختلف المناسبات

أو التظاهرات؟

نعم  لا

25- ما هي العراقيل التي تحول بين ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة وبين تحقيقه

لأهدافه المرجوة؟

عراقيل تنظيمية  عراقيل مالية   
عراقيل بشرية  عراقيل إدارية   
عراقيل قانونية  عراقيل إستراتيجية   
عراقيل نفسية اجتماعية

## دليل المقابلة:

### أسئلة المقابلة:

1-ماذا يعني لكم الاتصال المناسباتي ؟

• جواب مدير ديوان مؤسسة الشباب لولاية البويرة:

الاتصال المناسباتي هو وسيلة نعتمد عليها دائما لإنجاح التظاهرات والترويج لها عبر المتاح من الوسائل العصرية لاسيما الرقمية منها.

• جواب رئيس فرع الإعلام والاتصال والإصغاء والمرافقة:

هو الاتصال الذي يقوم به الديوان عبر مختلف الوسائل المادية و البشرية المتاحة له أثناء الاحتفال بالأيام الوطنية والاحتفالات الدينية ومختلف الندوات والملتقيات التي تحتضنها على مستواه أو التي يشارك فيها.

• جواب رئيس مصلحة الإدارة والوسائل:

تعني عملية الاتصال المناسباتي تلك العملية التي يقوم بها صاحب رسالة بغية إيصالها للغير من خلال مناسبة معينة أو حدث معين، كتنظيم حفل أو مهرجان أو معرض أو أي نشاط جماهيري ويقصد بذلك إيصال رسالة ايجابية لهؤلاء بقصد إحداث تأثير معين.

• جواب رئيس مصلحة الإعلام والتنشيط والحياة الجموعية:

الاتصال المناسباتي هو وسيلة لتنفيذ حدث أو برنامج معين(الاحتفال بمناسبة تاريخية أو دينية، أو لقاء، يوم دراسي...).

• **جواب رئيسة فرع الأنشطة الاجتماعية والتربوية ومبادلا الشباب والحياة الجموعية:**  
الاتصال المناسباتي هو الاتصال الذي يحدث بمناسبة احتفالات أو تظاهرات  
والمؤتمرات والمهرجانات، وكذا الأيام الوطنية والدينية والثقافية... بغرض إنجازها  
وإيصالها للجمهور العريض، والتي تتطلب الدقة في التخطيط والتنفيذ.

ما هي المناسبات أو التظاهرات التي تنظمونها؟ هل هي أسبوعية، شهرية، سنوية؟

• **جواب مدير ديوان مؤسسة الشباب لولاية البويرة:**

يقوم ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة بتنظيم مناسبات عدة نذكر منها الوطنية القارة،  
وكذا التحسيسية مثل التحسيس بأخطار الآفات الاجتماعية كالتدخين والسيدا وغيرها  
والمستجدة منها مثل فيروس كورونا أو كل تظاهرة تقترح من طرف الوزارة الوصية.

• **جواب رئيس فرع الإعلام و الاتصال والإصغاء والمرافقة:**

هناك رزنامة لمختلف الأعياد الوطنية والمناسبات الدينية والأيام العالمية، فيكون التنظيم  
على حسب تواريخ هذه المناسبات، قد تكون مرة في السنة أو مرة كل فصل أو كل موسم  
على حسب طبيعة المناسبة.

• **جواب مصلحة الإدارة والوسائل:**

هناك تظاهرات يومية، أسبوعية نصف شهرية، سنوية، تختلف حسب الأهداف المسطرة  
لذلك، والإمكانيات المسخرة فمثلا: عيد يناير تنظم خلال أسبوع، عيد الطفولة خلال نصف  
شهر، محاربة السرطان خلال شهر (أكتوبر)، محاربة الآفات الاجتماعية سنة  
(2021\2022).

• **جواب رئيس مصلحة الإعلام والتنشيط والحياة الجموعية:**

- الاحتفال بالمناسبات الدينية والوطنية.

- رأس السنة الأمازيغية.

- الأعياد العالمية.

- أيام تحسيسية.

• **جواب رئيسة فرع الأنشطة الاجتماعية والتربوية ومبادلا الشباب والحياة الجموعية:**

يتم تنظيم هذه المناسبات حيث الرزنامة الوطنية والدولية للتظاهرات، في مختلف

الميادين (الثقافية، السياحية...) وتختلف مدتها حسب الأهمية التي تكتسبها كل

مناسبة، فهناك مناسبات تنظم في يوم واحد، نصف يوم، شهر.

2- ما هي الخطوات التي تعتمدها لتنظيم مناسبة أو حدث ما؟

• **جواب مدير ديوان مؤسسة الشباب لولاية البويرة:**

لتنظيم مناسبة ما نقوم بدراستها مع مصلحة التنشيط حيث نقوم باجتماعات

تحضيرية، ويتم من خلالها تقسيم مهام كل لجنة على حدي على حسب حجم العملية

و متطلباتها، يتم متابعة عمل هذه اللجان بحسب مخطط زمني لتقديم العملية، ويتم

تقسيم هذه العملية بعدها ثم اقتراح توصيات يتم العمل بها في حالة إعادة العملية في

وقت آخر.

• **جواب رئيس مصلحة الإدارة والوسائل:**

- تحديد المناسبة.

- وضع بطاقة فنية لمراحل العملية.

- تهيئة الإمكانات المادية والبشرية ووضع تصور لسير هذه العملية.

- الإعلام، وذلك بتحضير الملصقات والإعلانات.

- الانجاز.

- التقييم.

• جواب رئيس فرع الإعلام و الاتصال والإصغاء والمرافقة:

في حالة تنظيم مناسبة عامة يتم الاجتماع مع المدير ورئيس مصلحة الإعلام والتنشيط والشركاء(الرابطات والجمعيات الولائية، أي قطاع من القطاعات) ويتم عبره منح كل المعلومات حول المناسبة ومختلف التوجيهات كل حسب وظيفته وتقديم بطاقة فنية حول المناسبة تتضمن المكان والزمان والفئة المستهدفة وطبيعة العملية وكل المشاركين والمساهمين فيها.

• جواب رئيس مصلحة الإعلام و التنشيط والحياة الجموعية:

- تنصيب لجنة لتنظيم التظاهرة.

- تقديم بطاقة فنية حول المناسبة.

- تقسيم المهام.

- انعقاد اجتماعات دورية.

- على كل اللجان تقديم اقتراحات.

- انجاز المهام.

- التقييم.

• جواب رئيسة فرع الأنشطة الاجتماعية والتربوية ومبادلات الشباب والحياة

الجموعية:

تحديد المناسبة والفترة المناسبة لها، ووضع مخطط دقيق يمس جميع الجوانب (الوسائل، المدة الزمنية، الموارد البشرية...) التوقيت المناسب، ووضع خطة عمل، تحديد مرافق العمل، تقديم جدول الأعمال للمشاركين للتحضير للمناسبة، تأمين جميع المشاركين للتعامل مع مختلف المخاطر، والاستعانة بمختلف الجهات في

عملية الإشراف والتنظيم، وكل هذا لضمان نجاح المناسبة والوصول للهدف  
المرجو.

### 3- هل هناك هيئة تعمل على تنظيم الأحداث ؟ وما هي هذه الهيئة؟

- **جواب مدير ديوان مؤسسة الشباب لولاية البويرة:**  
نعم نستند بالأخص على مصلحة الإعلام والتنشيط لتنظيم الحدث، حيث تقوم هذه  
المصلحة بالتنسيق العمل مع مختلف الفروع التابعة له مثل فرع الإعلام والاتصال  
الذي نعول عليه كثيرا للترويج للعملية، وكذا المؤسسات الشبانية المتواجدة في إقليم  
الولاية حيث يتم التنسيق معها في معظم الأحداث.
- **جواب رئيس مصلحة الوسائل والادارة:**  
هناك تنسيق وتشارك بين عدة هيئات لتنظيم الأحداث، عادة يتم التنسيق بين ديوان  
مؤسسات الشباب ومديرية الشباب والرياضة، وكذا الرابطات الشبانية والحركة  
الجموعية.
- **جواب رئيس فرع الإعلام و الاتصال والإصغاء والمرافقة:**  
غالبا مهمة تنظيم الأحداث تكون تحت إشراف مباشر من المدير ورئيس مصلحة  
الإعلام والتنشيط وممثل عن الشريك في التظاهرة(مديرية الشبيبة والرياضة، رابطات  
وجمعيات، التكوين المهني، الصحة...)
- **جواب رئيس مصلحة الإعلام و التنشيط والحياة الجموعية:**  
نعم هناك هيئة تعمل على تنظيم الأحداث منها مصلحة الإعلام والتنشيط بالتنسيق  
مع مختلف فروعها، والرابعة الولائية لنشاطات الشباب، ومختلف المنظمات  
الجمهورية والحركة الجموعية.

- **جواب رئيسة فرع الأنشطة الاجتماعية والتربوية ومبادلات الشباب والحياة الجموعية:**

ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة هو الذي يقوم بالتنظيم في بعض المناسبات (مصلحة الإعلام والتنشيط)، وأخرى تنتسب إلى المؤسسات الشبانية الموزعة على تراب ولاية البويرة الذي يبلغ عددها 86 مؤسسة شبانية، بالتنسيق مع الجمعيات المتعاقدة وكذا الرابطات الولائية وكل عملية تقام تكون تحت إشراف مديرية الشباب و الرياضة.

**4- ما هي الإمكانيات التي تعتمدونها لتنظيم حدث ؟**

- **جواب مدير ديوان مؤسسة الشباب لولاية البويرة:**

نعتمد في تنظيم الأحداث والتظاهرات على الوسائل المتاحة للديوان، كذلك ننسق مع الجمعيات الشبانية التي قد تتكفل بجزء من مصاريف التظاهرة، كذلك الرابطات أو القطاعات المتعاونة.

- **جواب رئيس مصلحة الإدارة والوسائل:**

- الجانب المادي (حسب نوعية الحدث).

- الجانب البشري (اختيار الطاقم المناسب).

- الإجراءات الإدارية (تسخيرات، إعلام الهيئات الإدارية والأمنية...)

- **جواب رئيس فرع الإعلام و الاتصال والإصغاء والمرافقة:**

تسخر كل الوسائل المادية والبشرية المتاحة لتنظيم الحدث على أكمل وجه (عمال، موظفون، إطارات...) (لافتات إعلامية، مطويات، ملصقات، طاولات عرض، قاعة المحاضرات...)

- **جواب رئيس مصلحة الإعلام و التنشيط والحياة الجموعية:**

الجوانب المادية والبشرية ومختلف الإجراءات الإدارية والتنظيمية.

- جواب رئيسة فرع الأنشطة الاجتماعية والتربوية ومبادلات الشباب والحياة الجمعية:

كل مناسبة تحتاج إلى مجموعة من الإمكانيات (مادية، بشرية) الفريق التقني لتنفيذ العملية، الجانب المالي، مختلف الوسائل التقنية، معارض، القاعات، مختلف الأجهزة الاتصالية...

5- ما هي الإستراتيجية المتبعة في تنظيمكم لحدث ما؟

- جواب مدير ديوان مؤسسة الشباب لولاية البويرة:

يطمح ديوان مؤسسات الشباب لولاية البويرة في إشراك الشباب في مختلف التظاهرات وجعله عنصرا فاعلا في تنظيم مختلف التظاهرات وكذا حث الشباب للانخراط في جمعيات شبانية أو رياضية لممارسة مختلف هواياته وتطلعاته وجعله عنصرا فاعلا في المجتمع.

- جواب رئيس مصلحة الإدارة والوسائل:

أن يكون الحدث أو المناسبة ضمن إطار العمل المعتمد في ديوان مؤسسات الشباب، فتارة يكون هدفه تحقيق نتيجة معينة وتارة يكون بذل عناية لتحقيق نسبة عالية من الهدف المنشود.

- جواب رئيس مصلحة الإعلام و التنشيط والحياة الجمعية:

- إعداد تخطيط مسبق ووضع البرامج التفصيلية للمكان والزمان.
- مشاركة عدد كبير من المشاركين والمدعوين في مختلف المناسبات الدورية والتي يتم تنظيمها بشكل دوري وثابت في الموعد نفسه.

- **جواب رئيسة فرع الأنشطة الاجتماعية والتربوية ومبادلات الشباب والحياة الجموعية:**

إستراتيجية التخطيط الجيد لتنفيذ المناسبة عن طريق عامل جدي وصارم في تنفيذ العملية والوقوف على حيثيات العمل من البداية حتى النهاية بالاستفادة من مختلف الجهات المعنية لإنجاح الاحتفالات والمناسبات.

#### 6- كيف يتم الإعلان عن المناسبة أو التظاهرة في مؤسستكم؟

- **جواب مدير ديوان مؤسسة الشباب لولاية البويرة:**

يتم الإعلان عن التظاهرات أو الأحداث عامة عبر دعائم إعلامية خاصة، يتم وضعها في المؤسسات الشبانية مثل الملصقات الاشهارية، واللافتات الإعلامية، يتبعها إعلانات عبر الصفحات الرسمية لديوان مؤسسات الشباب، وأيضا في وسائل التواصل الاجتماعي وكذا الموقع الإلكتروني للديوان.

#### • **جواب رئيس مصلحة الإدارة والوسائل:**

يتم الإعلان عن المناسبة أو التظاهرة حسب طبيعتها، عبر موقع الديوان، أو صفحة الفيسبوك، كما يتم استخدام ملصقات و منشورات وكذا الإعلان أحيانا عبر الإذاعة والصحف المكتوبة.

#### • **جواب رئيس فرع الإعلام والاتصال والإصغاء والمرافقة:**

يتم الإعلان عن المناسبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (صفحة فيسبوك الديوان)، عبر الهاتف لمختلف مدراء المؤسسات والعاملين بها عبر الملصقات والمطويات وأحيانا عبر إذاعة البويرة.

#### • **جواب رئيس مصلحة الإعلام و التنشيط والحياة الجموعية:**

- إعداد ملصقات للحدث.
- نشر إعلانات على منصة التواصل للديوان.
- استقبال المهتمين على المستوى الديوان.

- توجيه المشاركين.

- جواب رئيسة فرع الأنشطة الاجتماعية والتربوية ومبادلات الشباب والحياة الجموعية:

يتم الإعلان عن المناسبة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، والموقع الإلكتروني للديوان، ومراسلات الشباب، و في بعض الأحيان الهاتف والإعلان في الإذاعة والساحات العمومية وكذا عن طريق مراسلات إدارية، أو دعوات خاصة...

8- هل تتعرضون لعوائق وعراقيل بكثرة عند تنظيمكم لحدث ما؟ وما هي هذه

العراقيل التي واجهتكم أثناء تنظيمكم لحدث ما؟

- جواب مدير ديوان مؤسسة الشباب لولاية البويرة:

بالطبع ككل قطاع لا نستبعد المعوقات حيث قد تكون مادية لا تلائم ميزانية الديوان حجم الحدث أو قد نفتقر إلى بعض الوسائل، كذلك في حالات التنسيق مع قطاعات أخرى قد يحدث عدم التزامها بالجانب الموكل إليها.

لكن غالبا ننجز هذه العمليات بالمتاح من الوسائل والإمكانيات، وفي معظم الأحوال تكون التظاهرات مرضية لكل الأطراف.

- جواب رئيس مصلحة الإدارة والوسائل:

نعم هناك صعوبات وعوائق عند تنظيم مناسبة أو حدث ما، خاصة المناسبات الكبرى، فغالبا ما تصادفنا صعوبات من الجانب المادي في توفير الوسائل اللازمة للعمل وأداء المهام، بالإضافة إلى الجانب الإداري الذي يأخذ عادة وقتا طويلا في تحديد العملية في حين أن التدخل واتخاذ الإجراءات سيتوجب السرعة في التنفيذ.

• **جواب رئيس فرع الإعلام و الاتصال والإصغاء والمرافقة:**

بطبيعة الحال هناك بعض النقائص والعوائق تحول دون الوصول إلى نجاح العملية الاتصالية، لكن ديوان مؤسسات الشباب موفق إلى حد بعيد في نجاح مختلف تظاهراته، ونذكر على سبيل المثال أهم العراقيل:

- نقص إقبال فئة الشباب بصفة مستمرة ودائمة.
- عدم وصول المعلومات بصفة كافية وواسعة للفئات المستهدفة أثناء العمليات التحسيسية والتوعوية وذلك لعدم اهتمام هاته الفئات بصفة جدية رغم مجهودات الديوان.
- في بعض الأحيان هناك عراقيل طبيعية(كتغيرات الجوية في فصل الشتاء، وشدة الحرارة في الصيف)

• **جواب رئيس مصلحة الإعلام و التنشيط والحياة الجموعية:**

- عدم تخصيص ميزانية لجميع الأحداث.
- عدم وجود أهداف.
- التأجيل.
- اللامبالاة في التنظيم.