

الاتصال الحداثي في المؤسسة الاقتصادية

مذكرة مكملة و مقدمة لنيل شهادة الماسترفي علوم الاعلام و الاتصال

تخصص: علاقات عامة

اشراف:

أ.نوارى عائشة

اعداد:

مشهود رشيدة

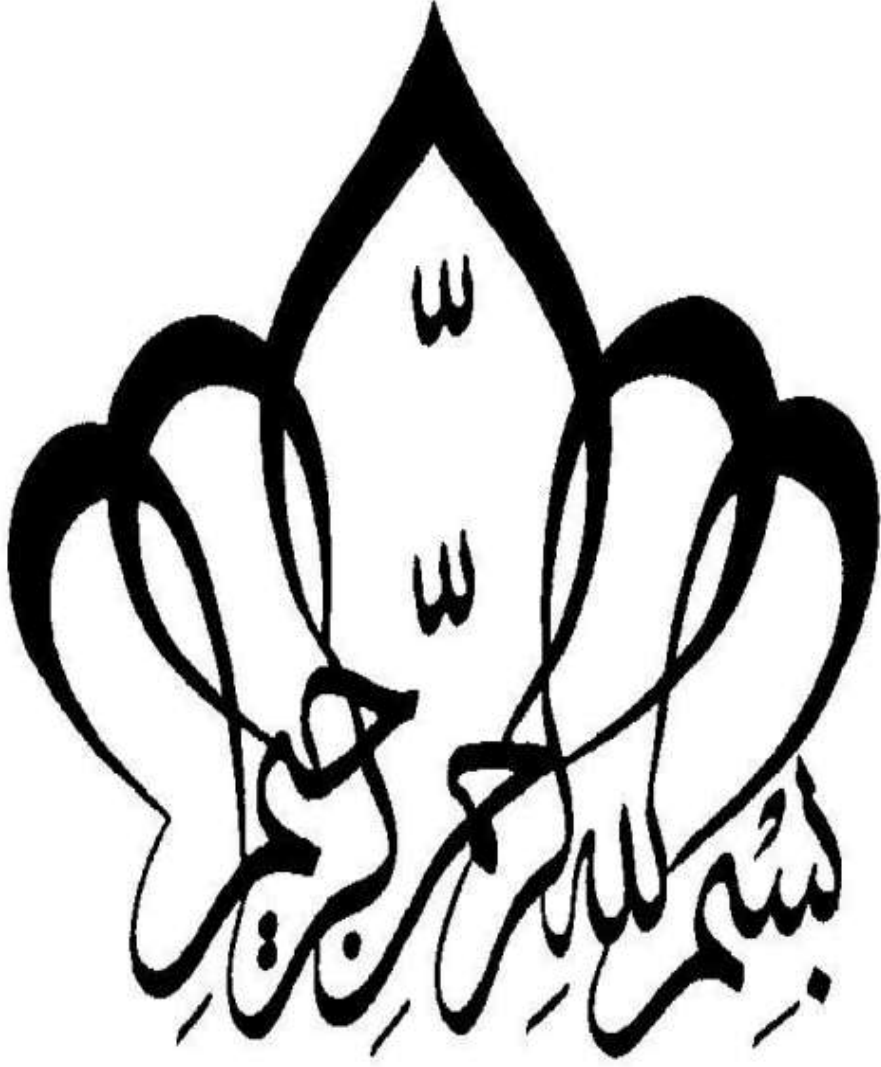
لجنة المناقشة:

1-أ/ نوارى عائشة..... جامعة البويرة.

2-أ/ اوثن جميلة..... جامعة البويرة.

3-أ/سعيدى زينبجامعة البويرة

2021/2020



﴿يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ
آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ
أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ﴾

صدق الله العظيم

سورة المجادلة: الآية (11)

التشكرات:

يقول الله تعالى في محكم تنزيله " :إن ربك لذو فضل على الناس ولكن أكثركم لا يشكرون"، الآية 73
سورة النمل.

فالحمد لله أولا وأخيرا أن وفقنا لإتمام هذا البحث المتواضع ولسنا ندعي فيها الكمال؛

فكل شيء إنما تم نقصان وإنما هو الاجتهاد وما التوفيق إلا من عنده سبحانه وتعالى؛ ولأنه من لم
يشكر الناس لا يشكر الله فإننا نود أن ننثي على جهود شخصيات كثيرة كان لها الفضل في أن يظهر
هذا العمل على ما هو عليه الآن؛

ونخص بالذكر في المقام الأول أستاذتنا المشرفة نوري عائشة " التي كانت لبحثنا منها التوجيه
والتصويب منذ أن كان فكرة إلى أن صار واقعا ملموسا ولم يبخل علينا بشيء يمكن أن يقدم في
هذا المجال فله منا جزيل الشكر وفائق التقدير والاحترام عرفانا له بجميله؛

كما أشكر القائمين على المكتبة التياستسقي منها البحث معلومات وما أبدوه لنا من تسهيلات في
إجراءات الوصول والإعارة للمكتب الموجودة

وكلالأساتذة وطلبة الكلية.

اهداء::

منذ وقت طويل كنت أعرف جيدا أنه سيأتي هذا اليوم الذي سأنجح فيه وأحقق فيه هدفي
ليس الأمر أنني تنبأت بالغيب أو غرورا، بل كنت أعرف منذ البداية أنّ الله عز وجل
زودني بإرادة هائلة تفوق بحجمها كل الصعاب المتوقعة.

فبعد عناء طويل وشوق انتظرته خلف مقاعد الدراسة أقف على عتبات التخرج وأهدي
هذا العمل إلى ابي الذي حلمت أن أكحل عيني برؤيته في يوم تخرجي وهو فرح
بوصولي إلى هذه المرحلة،

إلى منبع الحنان والحب والدعاء الفياض أمي الغالية.

إلى من حطم أسطورة الفشل في نفسي وكانوا لي العون والسند

زوجي الذي كان سندي خلال مشواري الدراسي

والى ابنتي الغالية ملاك اطال الله في عمرها

الى كل افراد عائلتي

الى كل من عرفنتني بهم الحياة

مشهود رشيدة

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

| فهرس المحتويات | |
|------------------------------------|----------------------------|
| | البسمة |
| | شكر وتقدير |
| | اهداء |
| أ | مقدمة |
| الفصل الأول: الجانب المنهجي | |
| 01 | الإشكالية |
| 01 | الفرضيات |
| 02 | أسباب الدراسة |
| 03 | أهمية الدراسة |
| 03 | أهداف الدراسة |
| 04 | الدراسات السابقة |
| 14 | مفاهيم الدراسة |
| 16 | المدخل النظري للدراسة |
| 19 | منهج الدراسة |
| 20 | مجتمع البحث و عينة الدراسة |
| 20 | أدوات جمع البيانات |
| 22 | المقابلة |
| 23 | مجالات الدراسة |
| الفصل الثاني: مفاهيم حول الاتصال | |
| 24 | تمهيد |
| 25 | ماهية الاتصال |
| 35 | أنواع الاتصال |
| 42 | خلاصة الفصل |
| الفصل الثالث: ماهية الاتصال الحدتي | |
| 43 | ماهية الاتصال الحدتي |
| 43 | نشأة الاتصال الحدتي |
| 43 | أشكال الاتصال الحدتي |
| 45 | وسائل الاتصال الحدتي |

| | |
|----|--|
| 47 | أهداف الاتصال الحداثي |
| 48 | أهمية الاتصال الحداثي |
| 48 | المجالات المعتمدة في الاتصال الحداثي |
| 50 | المؤسسة الاقتصادية |
| 50 | تعريف المؤسسة |
| 51 | أهداف المؤسسة |
| 54 | أجزاء المؤسسة الاقتصادية و مستوياتها |
| 57 | خلاصة |
| | الجانب التطبيقي |
| 58 | تمهيد |
| 59 | تقديم مؤسسة نفضال |
| 59 | لمحة تاريخية عن المؤسسة |
| 62 | أنشطة و امكانيات المؤسسة |
| 63 | تشكيل المنتجات التي تسوقها |
| 64 | أهداف مؤسسة نفضال و المهام الاستراتيجية لها |
| 65 | التعريف بفرع غاز البترول المميع لشركة نفضال بالبويرة |
| 74 | الإطار المنهجي للدراسة |
| 74 | الإجراءات المنهجية للدراسة |
| 77 | تحليل المقابلة |
| 80 | تفسير المقابلة |
| 80 | واقع الاتصال الحداثي في مؤسسة نفضال |
| 80 | واقع التنظيم المهني للاتصال الحداثي داخل مؤسسة نفضال |
| 81 | عراقيل الاتصال الحداثي في مؤسسة نفضال |
| 83 | أشكال الاتصال الحداثي في مؤسسة نفضال |
| 81 | خاتمة |
| | قائمة المصادر و المراجع |

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قائمة الأشكال و الجداول

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قائمة الشكال:

| الصفحة | العنوان | الرقم |
|--------|-----------------------------------|-------|
| 37 | الاتصالات الرسمية | 01 |
| 41 | نموذج الاتصال | 02 |
| 61 | الهيكل التنظيمي لشركة نافطال الام | 03 |
| 66 | الهيكل التنظيمي لمديرية gpl | 04 |

قائمة الجداول:

| الصفحة | العنوان | الرقم |
|--------|--------------|-------|
| 77 | خصائص العينة | 01 |

مقدمة

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مقدمة:

شهدت المؤسسة الاقتصادية نفضال بالبويرة مؤخرًا تطورات كبيرة في مجال الاتصالات، ولعل أبرزها الاتصال الحدتي الذي يشكل حيزًا هامًا في إطار المعاملات الداخلية والخارجية باعتباره محور تقاطع مجموعة من المشتركين المهمين، ولقد ازدادت أهميته في العصر الحديث بتطور وسائل الإعلام والاتصال التي أصبحت جزء لا يتجزأ من عطاء قيمة معنوية للمؤسسة الاقتصادية نفضال بالبويرة عملية إنجاز الأحداث، إذ يعتبر الاتصال الحدتي وسيلة فعالة ومؤثرة على الجمهور، ولهذا أصبح عنصرًا حيويًا يستحق الدراسة والاهتمام باعتباره عملية تفاعل جدي يساهم في تمديد وتنمية العلاقات الاجتماعية والتنظيمية، مما ينعكس بالإيجاب على مستوى ومردود المؤسسة الاقتصادية نفضال بالبويرة الذي يبعث فيها التجديد، الديناميكية، الإبداع، وحتى الابتكار.

وهذا ما تقوم عليه الدراسة الحالية والمعنونة بواقع الاتصال الحدتي في المؤسسة الاقتصادية نفضال، وذلك من خلال ثلاثة فصول نوردتها كالتالي:

فكان الفصل الأول تحت عنوان الجانب المنهجي للدراسة، فقدّمنا فيه إشكالية البحث أسبابه وأهميته وأهدافه، إضافة إلى تقديم الدراسات السابقة وبعض مفاهيم الدراسة، كما قدّمنا منهج الدراسة والأدوات المستخدمة أو المعتمد عليها وتم ختام هذا الفصل بعرض مجالات الدراسة.

وتحدثنا في الفصل الثاني عن المفاهيم المتعلقة بالاتصال، وذلك بعد وضع تمهيد عام للفصل، ماهية الاتصال، أهميته، أهدافه، أنواعه، وتم ختام هذا الفصل بوضع خلاصة عامة للفصل.

وتناولنا الفصل الثالث تحت عنوان ماهية الاتصال الحدتي، ففي البداية تحدثنا عن ماهية الاتصال الحدتي، إشكاليته، وسائله، أهدافه، أهميته، والمجالات التي تعتمد على الاتصال الحدتي، كما قدّمنا بتقديم لمحة عامة عن المؤسسة الاقتصادية لنختم فصلنا بخلاصة عامة.

وسنختم بحثنا هذا بالجانب التطبيقي للدراسة الذي تطرقنا فيه لمؤسسة نفضال بولاية البويرة أين تم إجراء الدراسة.

و في الاخير ختمنا دراستنا بتقديم خاتمة عامة للدراسة تلخص اهم ما تم تقديمه في بحثنا هذا، و شرح
لما لم يسعنا الوصول اليه في الدراسة و تقديم بعض الوصايا و الاقتراحات، اضافة الى تقديم النتائج
المتوصل اليها من خلال هذه الدراسة.

سورة التوبة

الفصل الأول: الجانب المنهجي

سورة التوبة

1- الإشكالية:

تعد المؤسسات بتنوعها من أهم القطاعات الحيوية في المجتمع، ذلك لما تقوم به من أدوار مهمة وفعالة، إذ تشتمل على جملة من الخبرات والمهارات وشبكات العمل المتواصلة قصد تحقيق أهدافها المسطرة وتعزيز مكانتها وتأكيد أهميتها وضرورتها، إذ تعتبر المؤسسة منظمة مستقلة ماديا وبشريًا بغية تقديم الخدمات وفقا لمعايير تنظيمية خاصة بمجال عملها في إطار زمني ومكاني محدد ونطاق قانوني واجتماعي معين، إذ تتميز بالفاعلية والكفاءة والتأقلم مع الظروف المختلفة، هدفها تلبية حاجات جمهورها باعتبار هذه الأخيرة تعمل على تهذيب سلوكات شريحة مهمة من المجتمع وتطوير أفكارها المختلفة وخلق روح الإبداع والاكتشاف والبحث.

فالمؤسسة الاقتصادية مساهمة جلية في عملية التنشئة الاجتماعية من خلال البرامج والمناهج المقدمة التي تحقق الازدهار والتقدم العلمي، و هذه المؤسسات الاقتصادية تبرز أهم الأنظمة التي يحتاجها المجتمع من أجل النهوض والتطور.

فلمؤسسة الاقتصادية دور فعال في رفع المستوى الاجتماعي وزيادة درجة الثقافة من خلال حرصها على توفير مختلف الوسائل والإمكانيات، كما أن المؤسسة الاقتصادية تربطها علاقة وطيدة بالمجتمع باعتبارها أهم مؤسسة تساهم في الاقتصاد، فيه تعمل على تحسين أوضاع المجتمع الاجتماعية عن طريق ، حيث يهدف إلى إحداث تقدم تنموي ، إذ تلعب دورا هاما في حل مشكلات المجتمع وتحقيق التنمية الشاملة كما أنها تمكن أفراد المجتمع وحتى مؤسساته وهيئاته من التحصل على خدمات اجتماعية بحتة لأنها تملك أثرى مورد فدور المؤسسة الاقتصادية لا يقتصر على الانتاج فقط بل يساهم في نشر الفائدة مواكبة لاهتمامات المجتمع.

كما أن للمؤسسة الاقتصادية دور في تنمية بعض المهارات من خلال اعتمادها على أنواع عديدة من الاتصال، إذ يعتبر هذا الأخير بمفهومه العام احد العوامل المساعدة على سيرورة نظام المؤسسة الاقتصادية وانسجامها، فهو يمثل معيار يعتمد عليه الكثير في عملية التواصل و بدء التعبير عن الأفكار او الاراء والاستفادة من النقد البناء، فقد جعل منهم متعاملوه لغة ووسيلة لتنظيم الأحداث وضبط المعلومات وتناولها بصورة موضوعية، فالعملية الاتصالية اثر بالغ في حركية

المؤسسة الاقتصادية وفعالية القائمين عليها وتحقيق التأثير المطلوب بين أطرافها، من خلال تشكيل الروابط ومد الجسور بين المؤسسة ومحيطها الداخلي والخارجي وبين مؤسسة ومؤسسات أخرى، مما أدى إلى بروز نوع جديد من الاتصال ألا وهو الاتصال الحدتي أو الاتصال عبر الحدث، الذي أعطى للنشاط المؤسسي طابع متطور كما ساهم في تثمين صورتها وتوسيع علاقتها والانفتاح على شرائح أخرى من المجتمع، فقد أصبح هذا الأخير من بين الوسائل والطرق والأساليب المنتهجة قناع فئة معينة من المدعويين بوجود صلة بين المناسبة أو الحدث بغية إنجاح حدث مناسباتي والمؤسسة القائمة عليها من أجل تحقيق مجموعة من الأهداف، مما يؤثر إيجابا على سلوك المستهدف ويرصد ردود أفعال تخدم المؤسسة، حيث تعتبر مؤسسة نفضال بالبويرة رضاء جمهورها و من بين المؤسسات الاقتصادية التي تحرص على إحياء المناسبات والأحداث او خلال مختلف النشاطات الاتصالية التي تقوم بها، وهنا تكمن علاقة الاتصال الحدتي بالمؤسسة الاقتصادية، مما دفعنا إلى محاولة دراسة الواقع الحقيقي للاتصال الحدتي الذي تعيشه المؤسسة الاقتصادية وفي هذا الإطار نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو واقع الاتصال الحدتي في المؤسسة الاقتصادية؟

ويندرج ضمن هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية هي:

- ما عراقيل الاتصال الحدتي في مؤسسة نفضال.؟

- ما يواقع التنظيم المهني للاتصال الحدتي داخل مؤسسة نفضال؟

- ما أشكال الاتصال الحدتي في مؤسسة نفضال؟

الفرضيات:

الفرضية الاولى:

يحتل الاتصال الحدتي مكانة هامة في المؤسسة الاقتصادية " نفضال البويرة الى انه يواجه عدة عراقيل

الفرضية الثانية

هناك عدة عراقيل الاتصال الحدتي في مؤسسة نفضال

الفرضية الثالثة

يتخذ الاتصال الحدتي الممارس من قبل مؤسسة " نפטال " اشكال عديدة ومنتوعة

2-أسباب اختيار موضوع الدراسة:

يعود الدافع لاختيار هذا الموضوع للدراسة إلى مجموعة من الأسباب والاعتبارات على ارض الواقع، والذي يفسر الرغبة الأساسية في البحث والتي تتمثل في ما يلي:

- قابلية الموضوع للانجاز الدراسة سواء من الناحية النظرية أو الميدانية.
- الميل الشخصي لدراسة هذا النوع من المواضيع المتعلقة بالاتصال الحدتي.
- حدائثة الموضوع وعدم تناوله من زوايا أخرى أدى إلى دراسة والتوسع فيه.
- الارتباط المباشر لموضوع الدراسة بمجال التخصص مما يسهل عملية و جمع المعطيات.

الفرضية الثالثة:

يستخدم الحدتي وسائل اتصالية في المؤسسة الاقتصادية " نפטال ."

الفرضية الرابعة :

تستخدم مؤسسة " نפטال " هذا النوع من الاتصال لتحقيق أهداف محددة .

3-أهمية الموضوع:

تكمن أهمية ممارسة الاتصال الحدتي في مدى احتوائه على مجموعة كبيرة من الايجابيات لا نجدها في الوسائل الاتصالية المتعارف عليها، فهي تساهم في توجيه اراء الأفراد وتقريب وجهات النظر والمفاهيم والأفكار حول أمور مرغوبة، بالإضافة إلى هذا فإنها تسعى إلى إيصال الرسالة والقيمة المرجوة من الحدث مما يحقق المشاركة من جميع الأطراف، والانسجام بينهم وهذا ما يخلق علاقات إنسانية تكسب المتعامل جملة من المهارت المهمة منها حسن الإصغاء، تقبل النقد، احت ارم ال أري الآخر، مما يؤدي إلى كسب عدد كبير من الجمهور المستهدف في وقت قياسي ويمكنهم من تكوين تجارب جديدة، فالاتصال الحدتي يمنح حلقة السياسات الاتصالية فرصة لإثبات وجودها وديمومة

عملها والاستفادة من مردودها، إذ انه يساهم في نشر ومعالجة ومناقشة مواضيع مهمة، الشيء الذي يمس بالدرجة الأولى أسرة المؤسسة الاقتصادية نفطال بالبويرة باعتبارها ركيزة المجتمع، كما انه من خلال المناسبات المنظمة مؤتمرات ،

تكون قد ساهمت في كسر الروتين على مستوى المحيط وخلق انطباعات جيدة عن المؤسسة الاقتصادية و تحسين صورتها وتعزيز سمعتها، مما يرفع الروح المعنوية لمتعاملها ويزيد من تقربهم للمؤسسة والارتقاء بها.

4-أهداف الدراسة:

لابد من وجود مجموعة من الأهداف الجلية والواضحة التي نسعى من خلالها إلى الوصول لنتيجة معينة وتتمثل أهداف د ارستنا فيما يلي:

-التعرف على طبيعة الأحداث التي تقوم بتنظيمها المؤسسة الاقتصادية نفطال بالبويرة.

-معرفة أهم الوسائل الاتصالية المستخدمة في الاتصال الحديث.

-معرفة الغاية المرجو تحقيقها من طرف المؤسسة الاقتصادية نفطال بالبويرة من خلال الاتصال الحديث.

-التعرف على واقع الاتصال الحديث في المؤسسة الاقتصادية نفطال بالبويرة.

5-الدراسات السابقة:

5-1-الدراسة الأولى:

بعنوان الاتصال الحديث في المؤسسة الجزائرية، دراسة ميدانية لمكانة الاتصال الحديث في المديرية الجهوية للتوزيع سونلغاز شرق قسنطينة 02، من إعداد الباحث حسان حجاج: مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير تخصص اتصال وعلاقات عامة جامعة منتوري بقسنطينة 2009 2010.

تطرق الباحث في إشكاليته إلى اعتباره أن الاتصال الحديث 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.

تطرق الباحث في إشكاليته إلى اعتباره أن الاتصال الحداثي 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 الرئيسي التالي: ما مكانة الاتصال الحداثي في الإستراتيجية الاتصالية للمديرية الجهوية للتوزيع سونلغاز شرق قسنطينة 02؟

وقد انبثقت عن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات وهي كالآتي:

- هل كان للتوجهات الحديثة في مجال تسيير المؤسسات دور في تحديد مكانة الاتصال الحداثي في المديرية الجهوية للتوزيع سونلغاز شرق قسنطينة 02؟

- ماهي الإمكانيات التي تسخرها المديرية الجهوية للتوزيع سونلغاز شرق قسنطينة 02 للاتصال الحداثي من أجل تحقيق أهدافها الاتصالية؟

وكان هدف الباحث من اجراءات هذه الدراسة هو التعرف على:

- معرفة أهمية الاتصال الحداثي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.

- الوقوف على نوع الوسائل الاتصالية الحديثة بما فيها الرعاية والأعمال الخيرية.

- معرفة الأهداف الأساسية للاتصال الحداثي.

- معرفة إلى أي مدى يستعمل الاتصال الحداثي في تنفيذ السياسات الاتصالية للمؤسسة موضوع الدراسة.

- إبراز الدور المحوري للاتصال الحداثي في تحقيق الأهداف المسطرة للاتصال.

- معرفة الأبعاد الاتصالية للأحداث ومدى تأثيرها على المستوى الداخلي والخارجي للمؤسسة.

- اكتساب معلومات لم نكن نعرفها عن هذا المجال الحديث و الذي لا زال يشوبه بعض الغموض.

- معرفة علاقة هذه النشاطات الاتصالية ببعض تخصصات الاتصال الأخرى.

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 أكثر استعمالاً في المديرية الجهوية للتوزيع شرق قسنطينة 02.

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

التعقيب على الدراسة:

أوجه التشابه:

تشابهت دراسة الباحث حسان حجاج "الاتصال الحدتي في المؤسسة الجازيرية" ودراسة تحت عنوان "واقع الاتصال الحدتي في الجامعة الجازيرية" في:

- تشتركان في المتغير المستقل للدراسة الاتصال الحدتي.

- تشتركان في نوع ومنهج وعينة الدراسة، الدراسة وصفية والمنهج الوصفي والعينة العشوائية البسيطة.

- تشتركان في أداة جمع البيانات.

أوجه الاختلاف:

- اختلفت دراستنا ودراسة الباحث حسان حجاج في نوع المؤسسة محل الدراسة.

- اختلفت الدراسة الجانبي الزماني والمكاني.

- اختلفت الدراسات في أداة جمع البيانات حيث اعتمد على الملاحظة والمقابلة.

- يظهر الاختلاف الأخير في المتغير ارت حيث اعتمد الباحث على متغير واحد، في حين اعتمدنا في

دراسة على متغيرين.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

استفدنا من هذه الدراسة في:

-بناء الإشكالية.

-ساعدتنا هذه الدراسة في فهم موضوع الدراسة.

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

-الاعتماد عليها كمرجع في الفصل الثاني من الإطار النظري للدراسة.

-الاعتماد عليها في تحديد مصطلحات الدراسة.

-الاطلاع على الاستمارة.

-استفدنا منها في كيفية تحليل النتائج، في جمع المعلومات وتبويب المعلومات والتعليق عليها.

5-2- الدراسة الثانية:

بعنوان الاتصال الحديث في المؤسسة التجارية والخدمية في الج ازر حالة المؤسسات السياحية والثقافية، من إعداد الباحث حسان حجاج: مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص اتصال وعلاقات عامة جامعة قسنطينة 03، 2015-2016.

تمثلت مشكلة الدراسة الباحث في كيفية استعمال وتوظيف تقنيات الاتصال الحديث من طرف المؤسسات الثقافية والسياحية من اجل تنمية قطاعي السياحة والثقافة.

منطلق من تساؤل رئيسي مفاده: كيف تستعمل المؤسسات السياحية والثقافية الاتصال الحديث من اجل تنمية قطاعي الثقافة والسياحة في منطقة قسنطينة؟

ومنه انتقل إلى التساؤلات الفرعية الآتية:

-ماذا يمثل الاتصال الحديث بالنسبة للث اريث المحلي للمنطقة؟

-في ماذا يستخدم الاتصال الحديث اريث المنطقة؟

- ما هي الاستراتيجيات والوسائل التي يعتمد عليها الاتصال الحديث لتقييم وترقية التراث المحلي؟

وتطرق الباحث إلى جملة من الفرضيات تمثلت في:

- يمثل الاتصال الحديث وتقنياته أنسب وأحسن إستراتيجية لتنمية وتطوير قطاع السياحة والثقافة في منطقة قسنطينة.

- يساعد الاتصال الحديث في عرض صورة حسنة عن التراث الثقافي والسياحي لمنطقة قسنطينة؟

- أحسن الاستراتيجيات الاتصالية هي التي تستعمل الاتصال الشخصي كدعامة للاتصال الحديث والتي تلجأ إلى توظيف الإعلام المحلي لتقييم وترقية الثقافة والسياحة لمنطقة قسنطينة؟

كما أعتمد الباحث على الأهداف التالية:

- الوقوف على استعمالات الاتصال الحديث في المؤسسات الثقافية والسياحية.

- معرفة كيفية توظيف الاتصال الحديث لخدمة التراث المحلي.

- الوقوف على طريقة تنظيم الأحداث في المؤسسات الثقافية والسياحية.

- معرفة التصور الموجود في المؤسسات الناشطة في القطاعين وكيف أثرت على طريقة تطبيقه على أرض الواقع.

- المساهمة في إبراز الدور الذي يمكن أن يلعبه الاتصال الحديث في تنمية المنظمة وتقييم التراث المحلي.

- إبراز أن الاتصال الحديث هو استثمار في الاتصال التسويقي والإشهار.

- الوقوف على الأبعاد والقيم التي يمكن أن يحملها الحديث الثقافي كخدمة للتراث الثقافي والسياحي في قسنطينة.

- برارز دور المؤسسات الثقافية والسياحية في معرفة دور الاتصال الحدتي في خلق العلاقات والمحيط.

- إظهار أن أحسن طريقة لتحسين الصورة وتقوية السمعة هو ربطها بالمسؤولية الاجتماعية وروح المواطنة التي يمكن أن ينشرها الحدث في محيط المؤسسة.

كما اعتمد الباحث في هذه الدراسة على استخدام المنهج الوصفي، أما عينته فتمثلت في العينة القصدية، أما أدوات جمع البيانات استعملت المقابلة والملاحظة والاستمارة وتحليل وثائق المؤسسة وصورة الأحداث.

أما أهم النتائج التي توصل إليها الباحث هي:

- استعمال الاتصال الحدتي بمختلف تقنياته كعادة مؤسسات السياحة والثقافية.

- أغلب الوسائل الاتصالية التي تأخذ شكل الحدث تدور حوله في المؤسسات السياحية والثقافية التي تستهدف ترقية التارث المادي وغير المادي والتارث السياحي بقسنطينة، تكون في شكل أبواب مفتوحة، أيام دراسية، مؤتمارت، ملتقيات، معارض، صالونات، زيارت ميدانية، مهرجانات، أحداث خاصة.

- اكتساب مهارت ومعارف في تنظيم الأحداث على الرغم من وجود بعض النقائص على المستوى التنظيمي وأماكن تنظيم التظاهارت.

التعقيب على الدراسة:

أوجه التشابه:

تشابهت دراستي "واقع الاتصال الحدتي في الجامعة الجزائرية" ودراسة حسان حجاج "الاتصال الحدتي في المؤسسة التجارية والخدمية في الجزائر" في:

- اشتراكهما في المتغير المستقل للاتصال الحدتي.

اشتراكهما في نوع ومنهج الدراسة، دراسة وصفية والمنهج الوصفي.

-اشتراكهما في أداة جمع البيانات الاستمارة.

أوجه الاختلاف:

-اعتمد الباحث في د ارسته على صياغة الفرضيات بينما لم نتطرق نحن لصياغة الفرضيات في دراستنا.

-كذلك اختلفنا في العينة حيث اعتمد الباحث على العينة القصدية، بينما اعتمدنا على العينة العشوائية البسيطة.

-الاختلاف الأخير تمحور حول أداة جمع البيانات، فالباحث اعتمد أيضا على تحليل وثائق المؤسسة وصورة الأحداث والملاحظة والمقابلة.

أوجه الاستفادة:

-الاعتماد عليها في الفصل الثاني.

-طريقة تقسيم فصول الد ارسه.

-كما تم الاستفادة منها كمرجع في الجانب النظري والجانب التطبيقي خاصة مع قلة الم ارجع.

-استفدنا من هذه الد ارسه في كيفية تحليل النتائج، في جمع المعلومات وتبويب المعلومات والتعليق عليها.

5-3-الدراسة الثالثة:

بعنوان ممارسة العلاقات العامة في الجامعات الج ازترية، من إعداد الباحثة عيواج عذراء: أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتو اره علوم الإعلام والاتصال تخصص علاقات عامة جامعة العربي بن مهدي أم البواقي 2016-2017.

تناولت الباحثة اشكاليته بالحديث عن الهدف الذي تعمل المنظمة على تحقيقه وان نجاح هذه المنظمات مرهون بقدرتها على الاتصال ب جماهيرها، وكذلك تحدثت عن التطور الحاصل في مجال

تكنولوجيا الاتصال والتنظيمات جعل العلاقات العامة ضرورة لا غنى عنها في ممارسة الجامعة نشاطاتها على جهاز إداري، كما تسعى العلاقات العامة على تحقيق أهداف الجامعة وتحسين صورتها.

حيث صاغت الباحثة اهتماماتها حول الدراسة التي أجرتها في الإشكالية التالية:

- ما هو واقع ممارسة العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية.

ويتفرع من هذه المشكلة الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي سمات ممارسي العلاقات العامة في جامعات الشرق الجزائري.

- ما هي المكانة التي تحظى بها النيابة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة في جامعات الشرق الجزائري.

- ما هي العمليات التي تقوم بها النيابة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة في جامعات الشرق الجزائري.

- ما هي وسائل الاتصال التي توظفها النيابة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة في جامعات الشرق الجزائري.

- ما هو دور النيابة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة في إدارة الأزمات التي تواجه جامعات الشرق الجزائري.

- ما هي المعوقات التي تواجه النيابة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة في جامعات الشرق الجزائري.

وذكرت الباحثة مجموعة من الفرضيات نذكر منها:

-ف1 تتنوع سمات ممارسي العلاقات العامة في جامعات الشرق الجزائري.

-ف2 تحظى النيابة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة بمكانة مهمة في جامعات الشرق الجزائري.

ف3- تقوم النيابة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة في جامعات الشرق الج ائري بمختلف العمليات العامة لتحقيق أهدافها.

-توظف النيابة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة في جامعات الشرق الج ائري وسائل اتصال متنوعة للاتصال بجمهورها الداخلي والخارجي.

ف4- توظف النيابة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة في جامعات الشرق الج ائري وسائل اتصال متنوعة للاتصال بجمهورها الداخلي والخارجي.

ف5- تؤدي النيابة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة في جامعات الشرق الج ائري دورا فعالا في إدارة الأزمات التي تواجه الجامعة.

ف6- تتواجه النيابة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة في جامعات الشرق الج ائري معوقات متعددة تؤثر على فعالية أدائها.

ذكرت الباحثة مجموعة نقاط تتمحور حول أهداف الدراسة لهذا الموضوع نذكر منها:

-معرفة واقع ممارسة العلاقات العامة في الجامعة الج ائرية من خلال إجراء دراسة ميدانية بجامعات الشرق.

-التعرف على سمات ممارسي العلاقات العامة في جامعات الشرق الج ائري.

-الكشف عن المكانة التي تحظى بها النيابة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة في جامعات الشرق الج ائري.

-التوصل إلى نتائج عملية حول العمليات التي تقوم بها النيابة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة في جامعات الشرق الج ائري لتحقيق أهدافها.

-تحديد وسائل الاتصال التي تستخدمها النيابة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة في جامعات الشرق الج ائري.

-تشخيص دور النيابة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة في جامعات الشرق الج ائري في إدارة مختلف الأزمات التي تواجهها جامعات الشرق الج ائري.

-معرفة المعوقات التي تواجه النيابة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة في جامعات الشرق الجزائري ودرجة تأثيرها.

كما اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي في دراستها، أما في الأخير فقد اعتمدت في جمع المعلومات على الملاحظة، المقابلة، الاستمارة.

وأهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة هي:

-تعدد سمات ممارسي العلاقات العامة في نيابة العلاقات الخارجية حسب المتغيرات الآتية: الجنس، السن، المستوى التعليمي، الشهادة المحصل عليها، التخصص، الوظيفة، الرتبة والخبرة في النيابة، مع تعدد الصفات المؤهلة لممارسة العلاقات العامة.

-تحظى النيابة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة بمكانة مهمة وهذا بدءا من موقعها في الهيكل التنظيمي، إذ تظهر في صورة نيابة مسندة تابعة مباشرة لمدير الجامعة وانتهاء إلى مختلف المظاهر التي تقيس هذه المكانة.

-وجود تنوع وتعدد في وسائل الاتصال التي يوظفها ممارسو العلاقات العامة في جامعات الشرق الجزائري للاتصال بالجمهور الداخلي والخارجي حول الدور الذي تؤديه النيابة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة في إدارة الأزمات التي تواجه جامعات الشرق الجزائري.

-يعاني ممارسو العلاقات العامة في جامعات الشرق من عدة معوقات إدارية ومهنية وحتى مالية تمثلت أهمها في تداخل الصلاحيات المهنية، غياب المختص في الاتصال، وغياب قاعدة للبيانات الالكترونية.

التعقيب على الدراسة:

أوجه التشابه:

-تتشرك هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في متغير الجامعة الجزائرية.

-تلتقي دراستنا مع الدراسة السابقة في نفس المنهج المستخدم (المنهج الوصفي).

-اعتماد كلتا الدراستين في جمع المعلومات على تقنية الاستمارة.

أوجه الاختلاف:

-اختلفت الدارستان في الجانب الزماني.

-ويظهر أيضا الاختلاف في مكان محل الدارسة.

-اختلفت الدارستان أيضا في أدوات جمع البيانات حيث اعتمدت الباحثة على الملاحظة والمقابلة.

أوجه الاستفادة:

-الاعتماد عليها كمرجع في الفصل الثالث في الإطار النظري للدارسة.

-الاستفادة من نتائجها.

6- مفاهيم الدارسة:

6-1- تعريف الاتصال:

توجد العديد من التعاريف التي تسعى إلى عرض معنى الاتصال نذكر منها:

يعرفه عالم الاجتماع كاتر بأنه: تبادل المعلومات ونقل المعاني وبالتالي فهو محور التنظيمات ووجودها.

أما الاتصال بالنسبة لرحيمة الطيب عيساني: هو انتقال المعلومات والأفكار والاتجاهات من شخص أو جماعة إلى شخص أو جماعة أخرى من خلال الرموز، والاتصال هو أساس كل تفاعل اجتماعي، فهو يمكننا من نقل معارفنا ويسير التفاهم بين الأفرد.

تشير كلمة الاتصال إلى معاني كثيرة لدى الجمهور ؛ فالبعض ينظر إليها على أنها علم والبعض يُعدها نشاطا ، ويرى آخرون أنها مجال دراسية ، بينما يعتقد البعض أنها فن وهي قد تكون نشاطاً عفويّاً لا شعورياً أو عملاً مخططاً ؛ ويُنظر إلى الاتصال على أنه أحد أشكال العلاقات بين الناس تدور عن طريقه عملية نقل وتلقي الحقائق و الآراء والأفكار والمعاني والمهارات والتجارب والأحاسيس والاتجاهات وطرق الداء المختلفة من شخص إلى آخر ومن جماعة إلى أخرى ، ومن جيل إلى آخر ولأن الهدف

الأساس للاتصال هو المشاركة في الخبرة بحيث تصبح الأفكار والمعاني والتجارب مشتركة أو شاعة بين أطراف العملية الاتصالية ، فإن الفضل الأكبر فيما حققته الإنسانية من تقدم على مر العصور يعود إلى الاتصال ، لأن التاريخ البشري سلسلة من عمليات انتقال الأفكار بين الأفراد والجماعات والأجيال فالاتصال جزء من الحياة الطبيعية للمجتمع الإنساني بدوره تنعدم أسباب الحياة الاجتماعية من أساسها، وهذا الفهم هو الذي دفع إلى وصف الإنسان بالمخلوق الاتصالي، فالإنسان ومنذ ولادته هو في اتصال دائم وبلا انقطاع مع ذاته والمحيطين به وبالعالم الأشياء والأحياء من حوله.

6-2- تعريف الاتصال الحديث:

تعددت المفاهيم والتعريفات التي تناولت الاتصال الحديث منذ تأسيسه ، فبينما يعرفها البعض على أنها: "عبارة عن مؤسسة، منظمة أو منشأة تدعو إلى حدث بهدف تعزيز العلامة، المنتج أو فكرة من أجل خلق انطباعات ومحاولة تمرير رسائل محددة لجمهور مستهدف بدقة، وخصوصية هذا الحدث متعلقة بمدى سرعة ا رورية، نقضائه، وهذا للتحكم في الوقت، بالإضافة إلى الحيوية والكثافة، وهي إذن من الأمور الض ، في حين ينظر لها وأخيرا أحداثه تكمل في مشاركة المدعويين للحدث إلى التركيز على اهتماماتهم "آخرون على أنها مواقف وسياقات نتكلم فيها عن: إعلام، فالإجتماع، فالاتحاد حول عنصر أو قضية مهما كانت، من خلال مناسبة أو حدث معين وبشكل عام هو جزء من عالم الاتصال إذ يسمح على الالتقاء و التقابل بطريقة أكثر شخصية و انسانية، هذا الفعل الاتصالي دقيق و منتظم يهدف الى تسجيل انطباعات لغرض مضبوطاً ومحدد من طرف المسؤول (طبيعي أو معنوي). من الممكن جدا التفريق بين الاتصال الحديث ومختلف الأشكال الأخرى للاتصال وهذا من خلال سعتها الكافية لجمع الجمهور وخلق فضاء حر للاتصال أكثر على عكس باقي وسائل الإعلام.

او هو تقنية اتصالية تركز على استحداث أحداث مؤسساتية تقليدية أو خارجية عن المؤلف (مثيرة) لجمهور مستهدف، عادة ما يكون مدعوا مع إمكانية استهداف أنواع أخرى من الجماهير من زبائن، مستهلكين، وسائل إعلام، مواطنين أو شركاء متعاقدين، وتأتي هذه الأحداث في شكل طابع ثقافي تجاري تشخيصي أو تحفيزي .

مما سبق يتضح أن الاتصال الحديث إحدى وسائل الاتصال المؤسساتي تستخدمها المؤسسة عمومية كانت او خاصة لحشد أكبر عدد ممكن من الجماهير، يوظف فيه تقنيات وآليات عديدة لكل منها

جمهورها وغاياتها (أهدافها) الخاصة وهو ذو بعدين أساسين : مؤسسي يتعلق بالمؤسسة ومدى سير كل وضائفها وبعد تسويقي موضوعه منتج أو خدمة أو علامة تجارية، اللذين يساهمان في بناء، دعم وتعزيز سمعة وصورة المؤسسة بالاضافة إلى لفت انتباه جمهور الحدث وتوجيهه نحو الإقبال على منتوجات وخدمات المؤسسة.

6-3- تعريف الحدث:

تعريف الجمعية الفرنسية لوكالات الاستشارة في الاتصال الحدثي وسياحة الأعمال والحدث " :عبارة عن فعل اتصالي منظم يسعى إلى التأثير على الأف ارد من اجل تحقيق هدف محدد "وسيلة اتصال تستخدمها المؤسسات والجمعيات بشكل واسع كونها في الواقع قادرة على تغطية إحدى خدمات الجمعية وهي تنظيم الأحداث، وتكون هذه الأخيرة في شكل أيام، الأبواب المفتوحة، يوم التبرعات، ندوة، مسابقة، معرض، سهرة موضوعاتية، متظاهرة ... بغرض مقابلة أشخاص أو جمعهم لنشر المعرفة أو حثهم على تقاسم فكرة ما تتوافق مع تنفيذ حدث أو عدة أحداث .

الحدث فعل اتصالي داخلي يحدد الاتصال القريب بجمهور مهما كانت أهميته في مكان أو زمان محددين، وهو إج ارء اتصالي دقيق ومضبوط لإعطاء انطباع لغرض محدد.

6-4- التعريف الاجرائي للحدث:

هو عبارة عن نشاط تستخدمه المؤسسات لاستهداف الجمهور الداخلي و الخارجي، و يكون في شكل معارض، أبواب مفتوحة، ندوات...

7- المدخل النظري للدراسة:

7-1- تعريف النظرية:

النظرية عبارة عن مجموعة من المفاهيم والتعريفات والافتراضات التي تعطينا نظرة منظمة لظاهرة ما عن طريق تحديدها للعلاقات المختلفة بين المتغى ارت الخاصة بالظاهرة، وذلك بهدف تفسير تلك الظاهرة أو التنبؤ بها مستقبلا، فحسب موريس اجرس فإنه إذا كانت الفرضية هي قرار غير حقيقي بوجود علاقة بين متغيرين أو أكثر فإن النظرية هي قرار حقيقي لوجود علاقة ما بين متغى ارت محققة أمبريقيا .

يعرف كير لنجر النظرية على أنها: مجموعة من المفاهيم يوجد بينها علاقة، تعرض بطريقة منظمة لدارسة الظاهرة، من خلال تحديد العلاقة بين المتغيرات بهدف التوضيح والتنبؤ بالظاهرة المدروسة. النظرية عبارة عن مجموعة من المفاهيم والتعريفات والاقتران التي تعطينا نظرة منظمة لظاهرة ما عن طريق تحديدها للعلاقات المختلفة بين المتغيرات الخاصة بالظاهرة، وذلك بهدف تفسير تلك الظاهرة أو التنبؤ بها مستقبلاً، فحسب موريس اجرس فإنه إذا كانت الفرضية هي إقرار غير حقيقي بوجود علاقة بين متغيرين أو أكثر فإن النظرية هي إقرار حقيقي لوجود علاقة ما بين متغيري ارت محققة أمبريقياً.

ويرى بعض علماء مناهج البحث من أمثال بارت تويت الذي يتصور أن النظرية تشمل على مجموعة من الفروض التي تكون نسقاً استنباطياً، بمعنى أن توضع في ترتيب متتابع فيه بعض الفروض اللاحقة التي تلحق ببعض الفروض المتقدمة، أو بعدارة أخرى تعد النظرية بمثابة مجموعة من القضايا أو الفروض على المستوى الأعلى مثل مكانة المقدمات المنطقية و تكون فيه الفروض على المستوى الأدنى بمثابة نتائج لما يتقدمها من فروض.

7-2- 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 جأزين:

البناء structure: وهو مصطلح يشير إلى الطريقة التي تنظم بها أنشطة المجتمع.

الوظيفية fonction: ويشير هذا المصطلح إلى ماهية شكل معين من الأنشطة المتكررة في الحفاظ على استقار وتوازن المجتمع.

لقد سعت البنائية الوظيفية إلى تفسير التوازن والاستقرار في المجتمع، فتجاهلت مالنا يتعارض مع أطروحتها من عمليات تثير التوتر أو التفكك أو الصراع، ومن بين تلك القوة وتفاعلاتها وما ينشأ عنها من استغلال وصراع وتغيير، أي كما هي مستخدمة في نظرية الصراع، ومن هذا المنطق نظرت البنائية الوظيفية إلى المجتمع كبناء مستمر وثابت نسبياً، يتألف من مجموعة عناصر متكاملة

مع بعضها، وكل منها يؤدي بالضرورة وظيفة إيجابية يخدم من خلالها البناء العام وجميع عناصر هذا البناء تعمل في إطار من الاتفاقات المشتركة والإجماع القيمي، و يمكن متابعة استخدام مفهوم القوة وانعكاساته على المعنى في البنائية الوظيفية من خلال ابرز أعلامها تالكوت بارسونز، روبرت ميرتون ومن ثم الوظيفة الجديدة عند جفري الكسندر .

7-2-1- الأسس التي يقوم عليها البنائية الوظيفية:

ن منظور البنائية الوظيفية يقوم على أساس اعتماد الكل على أجزائه، مثلما تعتمد الأجزاء على الكل أيضاً، فهي تهتم بتفسير البيانات عن طريق الكشف عن نتائجها بالنسبة للبناءات الكبرى التي تضمها، فقد اجمع العلماء على بعض القضايا والتي تشكل في جملتها الصياغة النظرية للوظيفة ويمكن تلخيصها بناءاً على ما قدمه "روبرت ميرتون" في النقاط الآتية:

- إن أفضل طريقة للنظر إلى المجتمع هي اعتباره نظاماً لأجزاء مترابطة، وأنه تنظم للأنشطة المترابطة والمتكررة والتي يكمل كل منها الآخر.

- النظام الاجتماعي يقوم على مبدأ الاعتماد المتبادل بين الأجزاء، ون أي تغيير يحدث في أي جزء من أجزاء المجتمع يصاحبه بالضرورة تغيير مماثل في الأجزاء وفي النظم الأخرى.

- وحدة التحليل بالنسبة للوظيفة هي الأنشطة أو النماذج المتكررة التي لا غنى عنها في استمرار وجود المجتمع، أي أن هناك متطلبات أساسية ووظيفة تلبى الحاجات الملحة للنظام وبدونها لا يمكن لهذا النظام أن يعيش.

- إن بعض العمليات المتكررة والنمطية تنسم بالحتمية وهي مستمرة في وجودها، أي أن هناك شروطاً أولية ووظيفية تلبى الحاجات الأساسية للنظام ولا تستطيع الاستمرار دونها.

- يعد توازن المجتمع أمراً أساسياً، فغاية التوازن هي هدف في حد ذاته، يتحقق بالتناغم أو الانسجام بين مكونات البناء والتكامل بين الوظائف الأساسية، يحيطها جميعاً برباط من القيم والأفكار التي يرسمها المجتمع لأفراده وجماعاته فلا يمكن حتى الخروج عنها، وإن خرجوا أو حدثتهم أنفسهم بذلك يقعون تحت وطأة الضبط الاجتماعي.

-إن التفسير الوظيفي يعتمد على المجتمع كنسق، ولكي يكون التفسير كافيا يجب أن يشير إلى مطالب النسق من أجزائه المكونة، لا فإن النسق سوف يفني أو يتغير تغييرا جوهريا .

7-2-2- الانتقادات الموجهة لهذه النظرية:

-التأكيد على جوانب دون أخرى في البناء الاجتماعي، والرغبة الملحة والتشديد على الثبات ومحاولة إلغاء ارادة واعية للإنسان بدعوى مبالغ فيها لسمو المجتمع وتفوقه على أعضائه.

-كما أن بعض مفاهيمها ومصطلحاتها مثل الوظيفة، الثبات، والتوازن، لم تصاغ بدقة ووضوح كافيين مما يتنافى مع أهم خصائصها العلمية.

-المبالغة في تقدير أهمية الاشتراك في القيم من خلال التحيز المسبق بعينه وتفضيله على غيره وتدليله في بعض الأحيان.

7-3-دراسة الاتصال الحدتي من منظور البنائية الوظيفية:

إن النظرية تستخدم مفاهيم الوظيفة، البناء، العلاقات الاجتماعية، وبم أن الجامعة عبارة عن علاقات اجتماعية بين الأساتذة، والطلبة، و الإداريين ، وتسعى المؤسسة الجامعية إلى تحقيق التناسق الوظيفي، فنحن نحاول من خلال هذه الدراسة المنطلقة من إشكالية مفادها: ما هو واقع الاتصال الحدتي في الجامعة الحزب ازنرية؟ معرفة أشكال وخصائص وأنماط الاتصال الحدتي المتبعة داخل جامعة آكلي محند أولحاج البويرة.

8-منهج الدراسة:

كل دراسة تستدعي منهج مناسب لها، ومنهج البحث يقصد به الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة بواسطة مجموعة من القواعد العامة، تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة .

وبما أننا سنقوم بدراسة حول واقع الاتصال الحدتي في المؤسسة الاقتصادية فإن دراستنا تدرج ضمن الدراسات الوصفية، التي تعرف على أنها كل استقصاء ينصب على الظواهر التعليمية أو النفسية كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصرها، أو بينها وبين

ظواهر تعليمية أو نفسية أو اجتماعية أو أخرى، أو هو تشخيص علمي لظاهرة قائمة بقدر ما يتوفر من أدوات موضوعية، ثم يعبر عن هذا التشخيص برموز لغوية ورياضية مضبوطة وفق تنظيم محكوم .

أما المنهج المناسب لهذه الدراسة فهو المنهج الوصفي، الذي يركز على وصف ظاهرة معينة موجودة في الوقت الراهن، وجمع الحقائق والمعلومات ومقارنتها، ثم القيام بتحليل خصائص تلك الظاهرة وتفسيرها والعوامل المؤثرة فيها، وهو يقوم على أساس تحديد خصائص الظاهرة، طبيعتها ونوعية العلاقة بين متغياتها وأسبابها واتجاهاتها، بهدف الوصول إلى وصف علمي متكامل لها.

لبحوث الوصفية تعتمد على دراسة المشكلة أو الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً من خلال التعبير النوعي، الذي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أو التعبير الكمي الذي يعطي وصفاً رقمياً يوضح مقدار وحجم الظاهرة.

المنهج الوصفي يستخدم في دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها وأشكالها وعلاقتها والعوامل المؤثرة في ذلك، وهذا يعني أن المنهج الوصفي يهتم بدراسة حاضر الظواهر والأحداث.

المنهج الوصفي طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم، من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضع اجتماعية أو مشكلة.

المنهج الوصفي يعتبر طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كمياً عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وخضاعها للدراسة الدقيقة.

إضافة إلى منهج دراسة الحالة

يعرف منهج دراسة الحالة بأنه المنهج الذي يهتم بدراسة جميع الجوانب المتعلقة بدراسة الظواهر، والحالات الفردية بموقف واحد؛ فيأخذ الفرد، أو اللاعبين، أو الفريق، أو الفرق الرياضية كوحدة للدراسة المفضلة بغرض الوصول إلى تعميمات تنطبق على غيرها من الوحدات المشابهة لها. وهو بتعبير آخر دراسة متعمقة لجميع البيانات المجمعة عن وحدة، سواء أكانت فرداً، أو مؤسسة، أو فريقاً.

ومنهج الحالة هو المنهج الذي يتجه إلى جمع البيانات العلمية المتعلقة بأية وحدة، ويستخدم من أجل الحصول على المعلومات، والحقائق التفصيلية بفرد ما، أو موقف معين، أو فريق من الفرق الرياضية. لقد

انتشر استخدام هذا الأسلوب في المجال الرياضي، والطبي، والقانون، وعلم النفس. وقد استخدمت هذه الحالة في مجال التربية البدنية، الرياضية لهذا المنهج.

ولهذا نرى أن استخدام الحالة قد استخدمت استخداماً مؤثراً في أغلب الحالات التي استخدمت مبدأ التحليل الحركي في الفعاليات الرياضية؛ حيث سمحت هذه الطريقة بوجود الأدلة الكافية لإقامة الفروض المميزة، وعلى ذلك فإن طريقة دراسة الحالة تعتبر في ضوء هذا طريقة ناجحة، ومؤثرة من أجل تشكيل التصميم التجريبي الذي يهتم بالفرد، أو بالجماعة ذات التشابه المميز في بعض المظاهر الهامة.

9-مجتمع البحث و عينة الدراسة:

أهمية الموضوع المدروس تتطلب عينة خاصة من المجتمع كونها تساعد في الكشف عن الحقائق بطريقة واقعية وموضوعية، حيث يعرف مجتمع البحث بجميع مفردات الظاهرة التي يقوم بدراستها الباحث.

هو جميع مفردات أو وحدات الظاهرة موضع الدراسة، وقد يكون المجتمع سكان مدينة معينة أو الأفراد الذين يعملون بحرفة معينة أو وحدات سبعة معينة أو وحدات سلكية معينة، أي أن المجتمع الإحصائي هو مجموع الوحدات الإحصائية المعرفة جيداً، والمجتمع هو كل الأفراد الذين يحملون بيانات الظاهرة موضوع البحث والدراسة.

10-أدوات جمع البيانات:

10-1- المقابلة:

وفقاً لطبيعة الدراسة وموضوعه المحدد وإشكالياتها المطروحة، تبين لنا الاعتماد على أداة مناسبة لجمع البيانات والمعلومات والمتمثلة في:

مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة تقوم بطرح مجموع الأسئلة المباشرة للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها، وهي عبارة عن نموذج يضم مجموعة من الأسئلة التي تدور حول موضوع ما، يتم طرحها إلى المبحوثين بطريقة أو بأخرى ليجيبوا على هذه الأسئلة، ثم إعادته ثانية إلى الهيئة المشرفة (المكلف بالعلاقات العامة فيمؤسسة نפתال).

استمارة المقابلة عبارة عن أداة لتجميع البيانات ذات صلة .

المقابلة أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد، عن طريق استمارة يجرى تعبئتها من قبل المستجيب.

المقابلة بانها سلسلة من الأسئلة أو المواقف التي تتضمن بعض الموضوعات النفسية أو الاجتماعية أو التربوية أو البيانات الشخصية، يطبق على الافراد أو الجماعات بهدف الحصول على بيانات خاصة بهما، وبعض المشكلات التي تواجههم، وقد يستخدم في بعض الأحيان لأهداف شخصية أو قياس بعض السمات الشخصية.

كما تضمنت استمارة الدراسة البيانات الشخصية لمجتمع البحث، حيث سعينا للتعرف على التخصص و الاقدمية

وذلك بغية الإجابة على التساؤل الرئيسي حول واقع الاتصال الحداثي في المؤسسة الاقتصادية نفعال فرع البويرة، عليه جاءت المقابلة مقسمة إلى أربع محاور كالآتي:

المحور الأول: ويضم البيانات الشخصية للمبحوثين.

المحور الثاني: واقع الاتصال الحداثي

المحور الثالث: كيفية القيام بالاتصال الحداثي في المؤسسة الاقتصادية نفعال

المحور الرابع: المعوقات و العراقيل التي تواجه الاتصال الحداثي.

تعتبر المقابلة في البحث العلمي بشكل عام أحد أساليب البحث النوعي، وتتضمن طرح أسئلة مفتوحة على أفراد العينة لجمع بيانات عن موضوع ما، وفي معظم الحالات يكون المحاور هو الباحث الذي ينوي فهم آراء المستجيبين من خلال سلسلة من الأسئلة والإجابات جيدة التخطيط والتنفيذ.

وتشبه المقابلة في البحث العلمي مجموعات التركيز (Focus groups) والاستقصاءات (Surveys) عندما يتعلق الأمر بالحصول على معلومات من المجتمع المستهدف ولكنها مختلفة تمامًا في عملياتها - تقتصر مجموعات التركيز على مجموعة صغيرة مكونة من 6 إلى 10 أفراد، في أما الاستقصاءات فهي ذات طبيعة كمية. يتم إجراء المقابلات مع عينة من مجتمع الدراسة، والسمة الرئيسية التي يظهرونها هي نبرتهم الحوارية.

يجب على الباحث إجراء مقابلات مع مجموعة من المستجيبين خلال البحث حيث لا يمكن الحصول على المعلومات إلا من خلال الاجتماع والتواصل شخصياً مع جزء من المجتمع المستهدف. تقدم المقابلات للباحثين منصةً لتحفيز المشاركين للحصول على التفاصيل (البيانات) المطلوبة.

12-مجالات الدراسة:

12-1-المجال الزمني: طوال السنة الدراسية 2021/2020.

12-2-المجال المكاني: قمنا بدراسة ميدانية حول واقع الاتصال الحداثي بالمؤسسة الاقتصادية نفطال بالبويرة.

12-3-المجال البشري: نقصد بهذا العامل عدد العمال الذين يعملون في مؤسسة نفطال بالبويرة(المكلف بالعلاقات العامة)

الفصل الثاني

الفصل الثاني: مفاهيم حول الاتصال

الفصل الثاني

تمهيد:

ليس للاتصال بداية أو نهاية وفاصلة، فهو جزء من حياة الإنسان يتغير كلما تغيرت بيئته فالإنسان يتعرض للمزيد من عمليات الاتصال بمجرد بدأ حياته اليومية، دائم الاتصال مع الأفراد الذين يعيشون معه في المجتمع، يتصل بهم ويتصلون به للتعلم والإفادة والمعلومات وتحقيق الفهم والتأثير وما إلى ذلك من أهداف يرمي إليها الأفراد في أحاديثهم ومناقشاتهم. وإذا كانت حاجة الحياة للاتصالات شديدة فحاجة الجمعيات للاتصالات أشد، حيث تدب الحياة للمؤسسات التطوعية بصفة عامة عبر الاتصالات وتتخذ القرارات كبيرها وصغيرها داخل الجمعيات من خلال الاتصالات، حيث يمكن تشبيه هذه الأخيرة بالدم الذي يجري في عروق الإنسان يحمل الغذاء إلى كافة أنحاء الجسم، فال يمكن تسيير الجمعيات، وال يمكن تحقيق الأهداف المسطرة ما لم يكن هناك أنظمة اتصالات جيدة داخل التنظيم، يتم من خلالها نقل المعلومات وتوفيرها وتبادلها بين مختلف الأفراد والأطراف الفاعلين في المؤسسة ويتم ذلك حسب نوعية الاتصال وكذا أهميته، وعلاقته بالتخطيط وبالوسائل المناسبة.

الفرع الأول: ماهية الاتصال.

1-لمحة تاريخية عن تطور الاتصال :

يكتنز التاريخ الاتصالية الذي تعاملت معه الأنماط البشرية منذ النشأة الأولى وحتى الن، بالعديد من المحطات الزمنية التي شكلت انعطافات كبيرة في مسيرة التعامل والتفاعل الإنساني بين البشر أنفسهم على صعيد الأسرة والبيئة المجتمعية المحيطة، وهذا ما أشارت إليه العديد من الدراسات المختصة في المجال السلوكي الفردي والمجتمعي فضال عن العديد من الدراسات العالمية الأخرى¹.

1-1- ما قبل التاريخ:

كانت وسائل الاتصال في السابق بدائية جدا وإن أول وسيلة للاتصال هي باستخدام الإنسان لصوته أو أصوات الحيوانات لتداول المعلومات من مسافات معينة ولكن أُن المدى الذي يصله صوت الإنسان ليس كبيرا بسبب عف الموجة الصوتية فكان من الضرورة ابتكار أشكال أخرى للاتصال².
فاستخدموا قرع الطبول، وإشعال النار وإشارات الدخان للاتصال بالخرين الذين يفهمون الرموز المستخدمة³، وعندما استطاع الإنسان أن يتكلم تحققت الثورة الأولى في مجال الاتصال، إذ أصبح من الممكن لأول مرة أن تجمع البشرية عن طريق الكلام حصيلة ابتكاراتها واكتشافاتها⁴.

1-2-العصور القديمة:

مع ظهور الكتابة، بزغ فجر عصر جديد من الاتصال المباشر بين البشر حيث بدأ استخدام المراسلين والعدائين والمترجلين أو الذين ينتقلون على ظهور الجياد لحمل الرسائل المكتوبة من مكان لآخر⁵.
وبعد ظهور الكتابة أصبح الإنسان بحاجة إلى مواد ليكتب عليها ويسجل تاريخه وأفكاره بهدف نقلها للأجيال اللاحقة، فكتب على الحجارة، الطين، الخشب، المعدن، سعف النخل، الجلود، أوراق البردي... وكل هذه

¹ محمد صاحب سلطان: مبادئ الاتصال - الأسس والمفاهيم، ط 1، دار المسيرة، عمان-الأردن، 2014، ص118

² رم مصطفى الدبس: مبادئ الاتصالات، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2014، ص9، 10، ص

³ حضرة عمر المفلح: الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة، ط 1، دار الحامد، الأردن-عمان، 2015، ص49

⁴ محمد سيد فهمي: فن الاتصال في الخدمة الاجتماعية، د ط، دار الوفاء، الإسكندرية، 2006ص15.

⁵ محمد صاحب سلطان: مرجع سبق ذكره، ص119

المواد يصعب توفرها، فاختر الإنسان الورق الذين كان وال ي ازل من أفضل المواد المستعملة لنقل المعلومات وأكثرها شيوعا ويعود الفضل في صناعته للصينيين وقد بقي الإنسان يكتب أفكاره معلوماته وتراثه بخط يده فكانت المخطوطات من أكثر وسائل نقل المعلومات شيوعا، ولكنها مكلفة وعاجزة على نقل المعرفة إلى نطاق أوسع من الناس وعاجزة أيضا على الوصول إلى مسافات واسعة في العالم، لتلبية حاجات الناس المتزايدة للعلوم والمعارف⁶¹.

1-3- ظهور الطباعة:

بدأت الطباعة في الغرب خلال عصر النهضة الأوروبية الذين كان عهد نشاط فكري امتد في كل مكان في أوروبا من القرن الرابع عشر إلى القرن السابع عشر الميلاديين وساهمت الطباعة في نشر مالمين من الكتب في وقت واحد وبتكاليف وجهود قليلة نسبيا ، وبقيت الكتب الوسيلة الرئيسية في نشر² المعلومات حتى ظهرت وسائل أخرى تنافسها في هذا الدور بل وتتفوق عليها، فظهرت الصحف والمجلات، ثم جاءت الإذاعة، السينما والتلفزيون، وأصبحت هذه الوسائل أكثر جماهيرية من الكتاب لما لها من مميزات في نقل المعلومات وإيصالها إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور وبأسر وقت وأقل جهد ممكنين³.

1-4- الأقمار الصناعية:

تعد الأقمار الصناعية هي التطور التكنولوجي الأكثر تأثيرا في توفير إمكانية الاتصال في الوقت الحقيقي بين مختلف بقا العالم، وقد أحدثت تكنولوجيا الأقمار الصناعية تأثيرا جذريا في النظام العالمي على جميع المستويات، الاقتصادية والصناعية والثقافية والعسكرية والسياسية. وتوسع العلماء في خدمة البشرية فاستخدموا نظام الاتصال المزدوج و الاتصالات اللاسلكية ولرفاهية الإنسان وفرت التقنية الحديثة الهاتف الخليوي الذي أصبح وسيلة مهمة وأساسية في اتصال البشر.

¹ عيشوش فريد،⁶ محمد صاحب سلطان: مبادئ الاتصال - الأسس والمفاهيم، ط1، دار المسيرة، عمان-الأردن، 2014، ص118

⁶ ريم مصطفى الدبس: مبادئ الاتصالات، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2014، ص9، 10، ص

⁶ حضرة عمر المفلح: الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة، ط1، دار الحامد، الأردن-عمان، 2015، ص49

⁶ محمد سيد فهمي الاتصال في إدارة الأزمات، دط، دار الخلدونية، 2011، الجزائر، ص17

² حضرة عمر المفلح، مرجع سبق ذكره، ص51

³ عيشوش فريد، مرجع سبق ذكره، ص17

1-5- شبكات الاتصال والحاسب الآلي:

يعد العالم "جون فينسينت أنانسوف" أول من وع الحاسب اللي الإلكتروني، واكب هذا التطور ظهور شبكات التحويل التي يتحكم فيها الحاسب اللي والتي أتاحت الفرصة لتنفيذ شبكة اتصال خطية عالمية، باستخدام كابلات الاتصال، أو الموجات المتناهية في القصر، وواصلت الاتصال عبر الأقمار الصناعية، وأصبح المستخدمون قادرين على الاتصال ببعضهم البعض ببسر وسهولة، باستخدام وحدات مواءمة خاصة أطلق عليها اللفظ العالمي المودام « Modem » حيث أصبح ربط الحاسب الآلي.

من خلال شبكة الاتصال القائمة حيث أصبح من الممكن اتصال الحاسبات الية ببعضها البعض مآدى إلى ظهور شبكة المعلومات العالمية "الأنترنت" فلم يكن الإنسان يستطيع أن يستوعب هذا الكم الهائل من المعلومات لوال استخدام الحاسبات في ترتيب هذه المعلومات وتخزينها ومعالجتها وتسخير كل هذه التطورات لمصلحة البشرية جمعاء.¹

2- تعريف الاتصال:

كلمة الاتصال Communication مشتقة من الكلمة اللاتينية Comminis وبالانجليزية Common ،¹ وبالفرنسية Commun أي عام ومشترك أي أنه اشتراك مع الغير سواء كان شخصاً أو مجموعة أشخاص، في المعلومات أو الأفكار أو الاتجاهات.²

تشير كلمة الاتصال إلى معاني كثيرة لدى الجمهور؛ فالبعض ينظر إليها على أنها علم والبعض يُعدها نشاطاً، ويرى آخرون أنها مجال دراسية، بينما يعتقد البعض أنها فن وهي قد تكون نشاطاً عفويّاً لا شعورياً أو عملاً مخططاً؛ ويُنظر إلى الاتصال على أنه أحد أشكال العلاقات بين الناس تدور عن طريقه عملية نقل وتلقي الحقائق والآراء والأفكار والمعاني والمهارات والتجارب والأحاسيس والاتجاهات وطرق الداء المختلفة من شخص إلى آخر ومن جماعة إلى أخرى، ومن جيل إلى آخر ولأن الهدف الأساس للاتصال هو المشاركة في الخبرة بحيث تصبح الأفكار والمعاني والتجارب مشتركة أو شاعة بين أطراف العملية الاتصالية، فإن الفضل الأكبر فيما حققته الإنسانية من تقدم على مر العصور يعود إلى الاتصال، لأن التاريخ البشري سلسلة من عمليات انتقال الأفكار

¹ محمد صاحب سلطان: مرجع سبق ذكره، ص 126.

¹ REUZEAU M., Economie d'entreprise, Ed ESKA , Paris ,1993, p 71.

² صونيا محمد البكري، إبراهيم سلطان، المعلومات الإدارية ونظم المعلومات الإدارية (مفاهيم أساسية)، الدار الجامعية الإسكندرية، ط 2، 2001، ص

بين الأفراد والجماعات والأجيال فالاتصال جزء من الحياة الطبيعية للمجتمع الإنساني بدونته تنعدم أسباب الحياة الاجتماعية من أساسها، وهذا الفهم هو الذي دفع إلى وصف الإنسان بالمخلوق الاتصالي، فالإنسان ومنذ ولادته هو في اتصال دائم وبلا انقطاع مع ذاته والمحيطين به وبالعالم الأشياء والأحياء من حوله.

2-1- تعريف الاتصال من الناحية اللغوية :

اتصل الشيء - بمعنى التام - ولم ينقطع، واتصل بفلان بمعنبلغه وانتهى إليه. كما يقال: اتصل به بخبر بمعنى اعلمه.¹

الاتصال (بالإنجليزية (communication) لغة يعني الالتقاء، فيقال قرّر الاتصال به مباشرة يعني قرّر الالتقاء به، وكان على اتصال دائم به أي دائم اللقاء به، وأراد الاتصال به هاتفياً، أي التحدّث معه هاتفياً، ويعني الاتصال أيضاً الارتباط، أما وسائل الاتصال فهي الوسائل التي يتم استخدامها للاتصال بين الأفراد كالمكتبات والنشرات والإذاعة والتلفزيون.

الاتصال يعني في القاموس الإنجليزي عملية تبادل المعلومات بين الأفراد من خلال نظام مشترك من الرموز أو الإشارات أو السلوكيات.

ويقال كان على اتصال به أي على علاقة، ارتباط وصلة، كما يرد بمعنى التصاق، تقارب واشتراك. يقال اتصلت الاشياء أي تتابعت، واتصل به الخبر، أي علمه، واتصل فلان بفلان أي خابره هاتفياً².

2-2- تعريف الاتصال اصطلاحاً:

يعرفه ويليام سكوت : Scot William هو العملية التي تتضمن نقل المعلومات ، ثم تلقي الردود عنها، عن طريق نظام عام للمعلومات المرتدة BACK FEED بغرض التوصل إلى أفعال محددة تؤدي إلى تحقيق أهداف التنظيم.¹

¹ المنجد في اللغة العربية المعاصرة، 2001 ص73.

² معجم مدرسي، المصور، 2000، ص 12

¹ محمود فضيلة ، 2009 ، ص 19

ويعرفه الأستاذ لوكيا الهاشمي عملية تبادل للمعلومات وإرسال للمعاني بين شخصين أو أكثر وذلك بهدف إحاطة الغيرمور أو معلومات جديدة أو التأثير في ساوك الأفراد والجماعات أو التغيير والتعديل في هذا السلوك.²

تعني عملية الاتصال "إيصال المعلومات والفهم وذلك بغرض إيجاد التغيير المطلوب في سلوك الآخرين، ولذلك فهي عملية تتكون على الأقل من مرسل واحد ومستقبل واحد، وترسل المعلومات والفهم من المرسل إلى المستقبل، ثم ترد إلى المرسل المعرفة بما أحدثته من أثر في المستقبل".

كما يعرفانه نقل الأفكار والمعلومات والآراء والأفكار بين الأفراد والجموعات في إطار تفاعلي، وكذلك التعبير عن الانفعالات والأحاسيس والعواطف، وهناك ثلاث وظائف للاتصال هي: جمع المعلومات، نقل القرار، ومحاولة تغيير المواقف.

وهو رسالة ذات طبيعة علمية أو عملية، اجتماعية أو ثقافية، اقتصادية أو إدارية، تنبع من حاجة الفرد إلى الكلام والاستماع والتفاعل مع الآخرين لاكتساب الخبرات من جهة وتطوير الذات والتأثير المعرفي والوجداني من خلال الحوار والإقناع من جهة أخرى. كما أن هناك تعريفات عديدة للاتصال تختلف طبقاً لهدف من يقوم بالتعريف، وتبعاً لجوانب السلوك الاتصالي التي تكون موضعاً لتأكيد وإهتمامه، ومن أكثر التعريفات شهرةً.

(الاتصال) communication وهو ذلك الذي يشير إليه (عملية إشتراك ومشاركة في المعنى من خلال التفاعل الرمزي، تتميز بالاتصال في الزمان والمكان، فضلاً عن إستمراريتها وقابليتها للتنبؤ. ونظراً لأهمية هذا التعريف واشتماله على مجموعة عناصر ذات مغزى في فهم الاتصال الإنسان.

كما أن هناك من يعرف الاتصال على أنه :

- 1- عملية ديناميكية تقوم على التفاعل المستمر بين الأفراد، وتحدث ضمن إطار نفسي واجتماعي معين.
- 2- هي عملية نقل الأفكار والمعلومات من شخص لآخر، بحيث تشمل على استجابة للأفكار والمعلومات .
- 3- هي عملية تفاعل يتفاعل بمقتضاها ويشارك من خلالها مرسل ومستقبل، وتحتوي على هدف أو غرض معين، وعادة تسير باتجاهين.¹

² الهاشمي لوكيا، 2006، ص213

الاتصالات هي تفاعلات أو تعامل طرفين أو أكثر في موقف معين لتبادل المعلومات بهدف تحقيق تأثير معين لدى أيّ أو كل من الطرفين. أو هي تبادل رسائل Messages بين أطراف مختلفين باستخدام وسائل (قنوات) للتوصيل .
الاتصالات عملية تأثير متبادل بين طرفين أو أكثر تهدف كل منهما للسيطرة على سلوك الآخر.

3- مفاهيم الاتصال:

3-1- الاتصال الرسمي:

«هو اتصال مباشر بين مرسل الرسالة والمستقبل لها، ويتم هذا النوع في إطار القواعد التي تحكم المنظمة، وتتبع المسارات التي يحددها البناء التنظيمي الرسمي»³.

الاتصال الرسمي هو التواصل الذي يمر من خلال قنوات محددة بشكل مسبق داخل الشركة. هو تبادل للمعلومات والتعليمات بشكل هرمي وهذا النوع من الاتصال يلزم الموظفين باتباعه حرفياً كما هو من أجل أداء المهام الخاصة بهم.

3-2- الاتصال الخارجي:

هو جهود الإدارة خارج حدود المنشأة وأيضاً:

هو محاولة غزو أسواق جديدة لها جماهيرها المختلفة والمتميزة ببعض الصفات ولها تقاليدها وعاداتها ومعتقداتها الخاصة.⁷

هو مجموعة من الخطوات التواصلية التي تقوم بها المؤسسة بهدف التواصل مع محيطها الخارجي ، فالوظيفة الإنتاجية للمؤسسة لم تعد كافية ولم تعد المحدد الأساسي لعملها ، إذ صار من اللازم مواكبة الجهود الإنتاجية بوظيفة تواصلية تستطيع من خلالها الانفتاح على الشركاء والزبائن وخلق جو من الثقة معهم.⁸

¹ فهد خليل زايد: 2008 ص 31

³ موفق حديد محمد، الإدارة - المبادئ والنظريات والوظائف - الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2000 . ، ط1

⁷ أحمد محمد المصري ، الإدارة الحديثة ، مؤسسة شباب الجامعة ، الاسكندرية 2000 ، ص 139.

⁸ Alex muchilliles science de l'information et de la communication ; édition hachette paris ,2001 ,p 85.

ويندرج الاتصال الخارجي في إطار الاتصال المؤسسي، وهو يعني بالأساس "اتصالا تتكون بواسطته صورة المؤسسة لدى محيطها الخارجي وعن طريقه يتم تعريفها بما يسعى لإنجازه وما تستطيع إنجازه وما ننجزه".⁹

الفرع الثاني: أهمية و أهداف الاتصال.

1-جمهور الاتصال:

1-1-الجمهور المباشر :

وهو المستهدف من الرسالة التي يقوم بها المكلف بالعلاقات العامة بتوجيهها إليه وهذا النوع من الجمهور معنى مباشرة بالرسالة فهو الزبون الذي سيتلقى أو الذي يستهلك المنتج.¹⁰

1-2-الجمهور غير المباشر :

هو الجمهور الذي نتوقع أن يؤثر في الجمهور الخارجي المباشر للمؤسسة أو يمكن أن يصبح فيها بعد من الجمهور المباشر الذي تتعامل معه المؤسسة والجمهور الخارجي يشمل : الحكومة ، جمهور العملاء ، جمهور الموردين ، باقي فئات المجتمع.¹¹

1-3-الجمهور العام:

هو أكثر حجما من التجمعات الأخرى أعضاؤه أكثر تبعثرا، متباعدين في المكان وأحيانا في الزمان، ولكنه ذو ديمومة أكثر يتشكل حول قضية مشتركة من الحياة العامة، هدفه الرئيسي تكوين اهتمام أو رأي عام حول قضية ما. ارتبط ظهوره وتطوره بالبرجوازية والصحافة حتى أصبح خاصية من خصائص مجموعة من القضايا للوصول إلى تغيير سياسي وهو عنصر أساسي للمشاركة في المؤسسات الديمقراطية، فهو يتميز بوجود جماعة نشطة متفاعلة ومستقلة في وجودها على الوسيلة الإعلامية التي تعمل من خلالها.

⁹ نفسه، 140.

¹⁰ عبد الفتاح محمد دويدات ، سيكولوجيا السلوك الانساني بيروت دار النهضة العربية 1995 ص 28

¹¹ هناء حافظ بدوي : الاتصال بين النظرية والتطبيق ، المكتب الجامعي الحديث الإسكندرية 2003 ص 68.

1-4-الجمهور الخاص :

هو الجمهور الذي يجمع أفرادَهُ بعض الاهتمامات أو الحاجات أو الاتجاهات المشتركة التي تميز عضويتهم في هذا الجمهور مثل الأفراد المشتركين في صحيفة ما، ومن واجب وسائل الإعلام استشارة هذا الاهتمام وتدعيمه وتلبية حاجاته بحيث يمكن أن تحتفظ بهذا الجمهور الذي يندمج أعضاؤه في التركيز الجمعي وينشرون بذلك الاتصال الذي يرتبط بهذا التركيز ، وهذا ما يبرر اختيار وسائل الإعلام للموضوع الشائع بين هذا الجمهور الذي تتخذه مدخلا لتنظيم الاهتمامات .

2- أهمية الاتصال :

يُعد الاتصال هو المؤسسة المسؤولة عن مشاركة المعلومات بين الناس للتأكد من أنّ جميع الأشياء مفهومة، وفي العصور القديمة كان الاتصال بمراحله الأولية؛ حيث لم يكن هناك أية لغات، وقد أنتج الإنسان بعض الطرق للتمكّن من التواصل، وفي الوقت الحاليّ تجاوزت أهمية التواصل جميع المراحل السابقة؛ حيث قد تعدّت كمية الطرق التي تهدف إلى التواصل طرق إنتاج الطعام حول العالم، وهذا يدل على ضرورة هذه العملية، وفيما يأتي ذكر لأهمية الاتصال في حياتنا.

2-1-نقل الأفكار والمشاعر:

يلعب الاتصال دورًا حيويًا مهمًا في هذه العملية، حيث يمتلك كل إنسان بعض الأفكار المميزة والمشاعر ويرغب بنقلها للآخرين.

2-2-التفاعل مع المجتمع:

يتميّز البشر بأنهم كائنات حيّة اجتماعية، وتحتاج للتواصل مع بعضها البعض، لذلك فإنّه من المهم الاتصال بالمحيط والأشخاص.

2-3-التعليم:

يجب توصيل الأفكار والمعلومات والخطط الدراسية أو المادة الواجب دراستها من قبل الطالب عبر عملية الاتصال للتمكّن من إتمام عملية التعليم.

2-4- تقديم التسلية للعالم:

يعتمد مجال الترفيه في الوقت الحالي على القنوات الغنية بمقدار عالٍ من الاتصال كالتلفاز والأفلام وغيرها، كما تُعد شبكة الإنترنت منصة أخرى للتسلية والترفيه وتعتمد هي الأخرى على عملية الاتصال.

2-5- التمكّن من فهم العالم:

في حالة عدم تواصل الإنسان مع العالم فإنّه لن يتمكّن من فهم طريقة عمل الأشياء أو كيفية تركيبها وعلاقتها ببعضها البعض، كما يحتاج الإنسان للتفاعل مع البيئة للتمكّن من فهم الحياة، ويميل الأشخاص الذين لا يُمارسون عملية الاتصال بأن يكونوا منعزلين؛ الأمر الذي يقودهم للعديد من المشاكل.

يعمل على تحقيق شهرة المؤسسة في تكوين صورة ايجابية عنها بتركيز وتطوير وضمان انتشار النماذج الخاصة بالمؤسسة من اسم المؤسسة والعلامة والمشاركة في المناسبات كالمعارض والمؤتمرات .

-تعريف الرأي العام بسياسة المؤسسة والخدمات والمنتجات وتقييمها لها من خلال ما يقوم به الاتصال الخارجي من شعارات وملصقات .

-تقديم المعلومات التي يرغب الجمهور الخارجي في معرفتها وهذه المعلومات إما عن المنتج او الخدمة عن طريق وسائل الاتصال الخارجي من شعارات وملصقات.

-يساهم في توضيح رفاهية المؤسسة أي أكثر من تحقيق الربح والكسب المادي من خلال تقنيات الاتصال الخارجي من أعمال خيرية ومساعدات مادي.¹²

3- اهداف الاتصال:

ان عملية الاتصال تسعى إلى تحقيق هدف عام، وهو التأثير في المستقبل حتى يحقق المشاركة في الخبرة مع المرسل وقد ينصب هذا التأثير على أفكاره لتعديلها وتغييرها أو اتجاهاته أو على مهاراته، لذلك يمكن تصنيف أهداف الاتصال إلى:

¹² عبد الفتاح محمد دويدات ، سيكولوجيا السلوك الانساني بيروت دار النهضة العربية 1995 ص 284.

3-1-هدف توجيهي: يمكن أن يتحقق ذلك عندما يتجه الاتصال إلى إكساب المستقبل اتجاهات جديدة أو تعديل اتجاهات قديمة مرغوب فيها، ولقد وضح من خلال الدراسات العديدة التي أجريت على أن الاتصال الشخصي أقدر على تحقيق هذا الهدف من الاتصال الجماهيري.

3-2- هدف تثقيفي: ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو تبصير توعية المستقبلين بأمر مهم بقصد مساعدتهم وزيادة معارفهم واتساع أفقهم لما يدور من حولهم من أحداث.

3-3- هدف تعليمي: ويتم ذلك حينما يتجه الاتصال نحو إكساب المستقبل معارف أو مهارات أو مفاهيم جديدة.

3-4- هدف ترفيهي أو ترويحي: ويتحقق ذلك من خلال توجه الاتصال نحو إدخال البهجة والسرور والاستمتاع إلى نفس المستقبل.

3-5- هدف إداري: ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو تحسين سير العمل وتوزيع المسؤوليات ودعم التفاعل بين العاملين في المؤسسات والهيئات .

3-6- هدف اجتماعي: يتيح الاتصال الفرصة لزيادة احتكاك الناس بعضهم ببعض وبذلك تقوى الصلات الاجتماعية بين الأفراد .

اضافة الى:

- كسب ثقة العملاء.

- كسب تأييد المجتمع، و جذب أكبر عدد من الزبائن الجدد.

- تنمية العلاقة مع رجال الإعلام.

- نشر الوعي الصحي و الصناعي و الأمني.

- تحقيق السمعة الطيبة للمؤسسة.

- توطيد الصلات و العلاقات بالجهات الداعمة.

- الحصول على أكبر حصة ممكنة من السوق.

- إعادة صياغة سياسة المؤسسة بناءً على المعلومات التي تتحصل عليها.

الفرع الثالث: أنواع الاتصال .

1-الاتصال المؤسسي:

الاتصال المؤسسي هو كل ما يتم بواسطة المؤسسة سواء تعلق الأمر بتقديم الأخبار عن نفسها أو عن نشاطاتها ، أو تأكيد حضورها أو التعريف بموقفها حول موضوع أو حدث يسمى نشاطها الخارجي .

هو الاتصال الذي يحدث بالاعتماد على الطرق الرسمية المتفق عليها في محيط العمل بالمؤسسات¹ فهو يعتمد على وجود نظام قائم على التخطيط لكيفية تدفق المعلومات في المؤسسة بحيث تكون هذه الاتصالات الرسمية في المؤسسة نظاماً مرتباً بين أساليب وإجراءات نقل المعلومات والبيانات والقرارات أعلى قمة في المؤسسة نزولاً إلى أدنى المستويات الوظيفية فيها والعكس أو بين مستويات المتشابهة داخل الوحدة أو الوحدات التنظيمية داخل المؤسسة.²

والأمثلة على هذا النوع من الاتصال كثيرة، فالخطابات أو الكتابات بين الأقسام والخطابات بين الرؤساء والمرؤوسين، ولوحة الإعلانات والإرشادات كلها أمثلة على رسائل رسمية و اتصال رسمي يحكمها القواعد والإجراءات واللوائح داخل المنظمات أو المؤسسات المختلفة، ومن المعروف أن شبكة الاتصال الرسمي وقنواته تكون معروفة ومحددة سلفاً في أي تنظيم أو مؤسسة . و الاتصال الرسمي ثالث أقسام :

1-1-اتصال صاعد: communication upward: عملية إرسال المعلومات من الجهات الدنيا، أي

من المرؤوسين نحو الجهات العليا متعلقة بأداء المهام ومشكلات التنفيذ، وصعوبات تطبيق الإجراءات، وذلك بغرض تحسين فعالية الأداء، تكون فيشكل شكواي، اقتراحات، تقارير... الختساعد في اتخاذ القرارات الصائبة في الخطط والسياسات والبرامج والتعليمات التي تتبناها المؤسسة وتقوم بتنفيذها .³

¹ بجلاء محمد الصالح: مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية (الأسس النظرية والعلمية)، ط 1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2012، ص 102

² هادي نمر، محمد محمود الخطيب: إدارة الاتصال والتواصل (النظريات-العمليات-الوسائط-الكفايات)، عالم الكتاب الحديث، الأردن، 2009، ص 236

³ جمال مجاهد وآخرون: مدخل إلى الاتصال الجماهيري، د ط، دار المعرفة، الإسكندرية- مصر، 2010، ص 40

1-2- اتصال نازل: **communication downword**: هو عملية إرسال المعلومات من الجهات

الإدارية العليا إلى الجهات الدنيا متضمنة تعليمات محدودة، ونظم القوانين، وأساليب تطوير الأداء وقواعد الجزاء والعقاب ومختلف الأوامر والتعليمات الخاصة بتنفيذ القرارات اليومية.

1-3- الاتصال الأفقي: هي تلك الاتصالات التي تجري بين المستوى الإداري الواحد، والذي يأخذ في الغالب

صفة التشاور والتنسيق ما بينهما باتجاه تحقيق الأداء الأفضل في العمل وبما يحقق التوافق ما بين الأطراف العاملة في المنظمة لبلوغ تلك الأهداف المرسومة لها.

وفيه ال يضع الرؤساء خطة أو يتخذون قرار أو يحددون برنامجا لمن يشرفون عليهم قبل أن يعرفوا رأيهم ويجمعوا البيانات اللازمة منهم ثم مناقشتهم فيما يهم العمل.

كما أن الاتصالات الأفقية ال تقتصر على العالقات الداخلية في المؤسسة أو الإدارة الواحدة وإنما قد تكون بين المؤسسة وأخرى أو إدارة وأخرى بمعنى أن الاتصالات الأفقية قد تكون خارجية. وتحققا لاتصالات أفقية العديد من المزايا نذكر منها:

- تعمل على تكتل وتنسيق جهود المديرين في ذات المستوى الإشرافي أو في المستويات المختلفة نحو الأهداف المرسومة للمؤسسة .

- تعطي الفرصة للمديرين الاستفادة بخبرات زملائهم، سواء يعملون داخل المؤسسة أو خارجها وبالتحديد في المؤسسات المشابهة... الخ¹

2- الاتصال التجاري:

فهذا النوع من الاتصال الخارجي هو مجموع التعاملات التي تقوم بها المؤسسة مع محيطها الخارجي المرتبطة بتسويق السلع والخدمات وحث مختلف الزبائن إلى اقتناء منتجاتها من خلال الإشهار والترويج، ولهذا لا بد أن يكون الاتصال التجاري في مستوى راقى هذا الأخير تعكسه منتجات المؤسسة من خلال الجودة والنوعية. يهدف الاتصال التجاري إلى: ترويج منتجات المؤسسة، جلب الزبائن إلى المؤسسة، فتح أسواق جديدة، المنافسة.

¹ تامر بكري: الاتصالات التسويقية والترويج، ط1، دار ومكتبة الحامد، عمان، 2006، ص43-45

«حديث المنظّمات عن نفسها، على النقيض من الاتّصال التجاري، ذلك الاسم الآخر للإعلان والمرتبط بالمنتجات أم بالنسبة للمؤسسة، فيتعلّق الأمر بالعمل على تعريفها، وتعيين نشاطاتها وإعطاء صورة حسنة على نفسها سواء أمام جماهيرها الخارجية (المنتجين، الزبائن، المحتملين، الموردين، البنوك، المساهمين المحتملين) أو الداخلية (أجراء، مساهمين، ممثّلين (نقاييين))، بشكل تعبر من خلاله على شرعيتها الاقتصادية والاجتماعية . »
 إذن هذا التعريف يعكس جليا الأطراف الفاعلة الداخلي والخارجي.²



الشكل رقم 01: الاتصالات الرسمية.

3-الاتصال الاجتماعي:

يرى ميشال لوبي أن الاتصال الاجتماعي هو أحد الأساليب التي يستعملها الإنسان في حل مشاكله ، فهو ركيزة لتغيير الآراء إلى الأفضل و تعديل السلوك المعاكس.

يعني الاتصال الذي توجهه المؤسسة للمواطنين ، الجماعات العامة ، المحلية و الوطنية ، و الإداريين الذي تتمنى المؤسسة خلق علاقات جيدة معهم.

² - سعيد عيمر : الاتصال في المنشأة (فرع قسنطينة التابع لسونلغاز)، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، قسنطينة، 2002، ص84

وسائل الاتصال الخارجي في المؤسسة:

- وسائل العلاقات مع الصحافة.

- وسائل العلاقات العامة.

- وسائل تكنولوجياية.

تقنيات الاتصال الخارجي في المؤسسة:

-العلاقات العامة.

-الهوية المرئية.

-الأعمال الخيرية.

-الرعاية.

فالاتصال الاجتماعي يعتمد غالباً على :

3-1-مواقع التواصل الاجتماعي:

هناك عدة تعريفات خاصة بمفهوم مواقع التواصل الاجتماعي فمنها:

■ أنها شبكة تضم مجموعة من الأفراد لهم نفس الاهتمامات والميول والرغبة في تكوين بعض الصداقات من خلال استخدام الشبكة العنكبوتية¹³.

■ كما يمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها " منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم اهتمامات والهوايات نفسها."

■ كما يمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها مقهى اجتماعي يجتمع فيه بعض الأفراد للقيام بتبادل المعلومات فيما بينهم مع وجود فارق بين المقهى الحقيقي والمقهى التكنولوجي وهو أنك تستطيع حمل هذا المقهى التكنولوجي أينما كنت¹⁴.

¹³ (د. بهاء الدين محمد مزيد، " المجتمعات الافتراضية بديلاً للمجتمعات الواقعية /كتاب الوجوه نموذجاً"، جامعة الإمارات العربية المتحدة، 2012م.

¹⁴ (د.علي محمد رحومة، ((الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2007م، ص75.

■ وقد عرفت شبكات التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن تجمعات اجتماعية من خلال شبكة الإنترنت يستطيع روادها القيام بمناقشات خلال فترة زمنية مفتوحة، يجمعهم شعور إنساني طيب، وذلك في إطار محدد.

وعرفت أيضا بأنها مجتمعات افتراضية عبر شبكات الإنترنت تجمع مجموعة من الأفراد يحملون ذات الاهتمامات يتبادلون الخبرات والمعلومات فيما بينهم من خلال إطار برنامج أو تطبيق محدد يشتركون جميعا في استعماله.

4-عناصر عملية الاتصال:

تعتمد عملية الاتصال على مجموعة من العناصر المتصلة والمتداخلة والمتشابكة مع الظروف المحيطة بعملية الاتصال من ظروف نفسية واجتماعية تؤثر على انتقال الأفكار والمعلومات بين الأفراد والجماعات، فهي تؤثر وتتأثر ببعضها البعض فالبد من تكاملها، فال تتم إذا غاب أحد هذه العناصر وتشمل هذه العملية ما يلي:¹

4-1-المرسل:

هو أي شخص عادي أو معنوي يريد إيصال فكرة للحصول على معلومات يبدأ في ترجمة² وتسجيل الرسالة في شكل مفهوم في صورة ألفاظ أو رسوم أو رموز بغرض الوصول إلى هذه³ محدد قد يكون للتأثير على أفكار أو مشاعر أو اتجاهات أو آراء المتلقين للرسالة⁴، وقد يكون المرسل شخص واحد أو مجموعة من الأشخاص.⁵

4-2-الرسالة :

هي الناتج الحقيقي لما أمكن ترجمته من أفكار ومعلومات خاصة بمصدر معين في شكل لغة⁶ يمكن فهمها، بما تتخذ شكل كالم أو مادة مكتوبة أو سلوك غير ملفوظ⁷، تخضع في الشكل والمحتوى⁸ لبعض المعايير كالبساطة والو

¹ بسام عبد الرحمن الجرادية: إدارة العلاقات العامة، ط 1، دار أسامة، عمان-الأردن، 2013، ص 259.

² د. هاشم حمدي ر ا: إدارة العلاقات العامة والبروتوكولات، ط 1، دار الراية، الأردن-عمان، 2011، ص 72

³ كمال خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والعالم المتطور، خصائص، نظريات (ط 1، دار المسيرة، عمان-الأردن 26. ص 2014

⁴ المرجع نفسه: ص 29

⁵ صالح خليل أبو أصبع: الاتصال والعالم في المجتمعات المعاصرة، ط 5، دار ماجد الوي، 2006، ص 15

⁶ هاشم حمدي ر ا: مرجع سبق ذكره، ص 72

⁷ باسم عبد الرحمن جرائده: مرجع سبق ذكره، ص 259

⁸ محمد يوسف عقله: إدارة الأفراد، ط 1، دار البداية، عمان، 2011، ص 101

وح وإمكانية الاستيعاب واللياقة والإيفاء بالغرض، والرسالة في هذه الحالة هي الهدف الحقيقي لمرسلها والذي يتبلور في تحقيق الاتصال الفعال بجهات أو أفراد محددين في الهيكل التنظيمي.

4-3- الوسيلة أو القناة:

ترتبط الرسالة و الاتصال مع الوسيلة المستخدمة في نقلها ولذلك فإن القرار الخاص بتحديد محتويات الرسالة الاتصالية لا يمكن فصله عن القرار الخاص باختيار الوسيلة أو المنفذ الذي سيحمل هذه الرسالة من المرسل إلى المستقبل.

4-4- المستقبل :

هو الشخص أو مجموعة الأشخاص التي تتلقى الرسالة، ودور المستقبل هو فك رموز الرسالة ومحاولة فهم محتواها والتأثر بها فهو أساس تصميم الرسالة فكل عناصر عملية الاتصال تعمل من أجل المستقبل.¹

4-5- مصدر التشويش "الضوضاء":

أي تدخل يحدث في المرحلة ما بين صدور الرسالة من المرسل وتسلمها من قبل المستقبل ومنشأه أن يؤثر على درجة الفهم والاستيعاب أو فهم المعنى المقصود² فمهما كان نور عملية الاتصال أو مستواها أو الوسيلة المستخدمة يوجد دوما عنصر سلبى يتخلل العملية الاتصالية إذ أن هناك بعض عناصر التشويش التي يحتتمل أن تتداخل في العملية الاتصالية التيقن تربط بإحدى العناصر السالفة مما يكون أن تؤثر على نجاح العملية الاتصالية في المؤسسة.

4-6- البيئة أو السياق :

يحدثا الاتصال في بيئة محددة، ويتضمن جهدا يستهدف نقل رسالة إلى أي شخص وفي أي مكان.

4-7- التغذية الرجعية "رجع الصدى":

⁹ هاشم حمدي ر ا: مرجع سبق ذكره، ص72

¹ صالح خليل أبو أصعب، مرجع سبق ذكره، ص16

² - طاهر أجغيم، واقع الاتصال في المؤسسات الجزائرية، مذكرة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسنطينة، 2005-2006، ص201.

وهي ردة فعل المستقبل الذي يبين مدى مهمة الرسالة، وهي جزء مفيد في الاتصال وفي حالات كثيرة يستمر الاتصال إلى ما بعد تحليل النشاط النهائي وهو ما يمثل إجابة من المتلقين للمرسل الأصلي كما تمثل التغذية الرجعية مرحلة التأكد للمرسل من أن الرسالة قد تم فهمها بالشكل الصحيح، وعملية قياس ردود فعل مهمة في عملية الاتصال حيث تبين فيما بعد إذا كانت عملية الاتصال قد تمت بطريقة جيدة في جميع مراحلها أم العكس، أي تعطي التغذية العكسية انطباعاً عن مدى فهم وإدراك مستلم الرسالة بمضمونه.¹



الشكل: 02 نموذج الاتصال.

¹ بشير العالق: نظريات الاتصال (مدخل متكامل) د ط، دار اليازوري، عمان، الأردن، 2010، ص20.

خلاصة الفصل:

إن الاتصالات بآلية صورة كانت رسمية أو غير رسمية هي على درجة عالية من الأهمية في المنظمة و فقد أشارت الدراسات و الأبحاث أن الاتصالات تقارب 85% من نشاط المنظمة لذلك تعتبر الاتصالات بمثابة الدم الدافق عبر الشرايين الحياتية للمنظمة، إذ بدون الاتصالات تموت أو تضمحل الحركة الدائبة للمنظمة و جميعاً أنشطتها الأخرى .
ومن ناحية أخرى فالإتصال الفعال يؤدي إلى تحسين أداء العامل و حصوله على رضا أكبر في العمل ،
فالفرد يستطيع أن يتفهم عمله بصورة أفضل و يشعر بمشاركة أكبر ، كما انه يتفهم ادوار الآخرين ، مما يشجع على التعاون.

سورة التوبة

الفصل الثالث: ماهية الاتصال الحديث

سورة التوبة

المبحث الاول: ماهية الاتصال الحدثي.

المطلب الاول: نشأة الاتصال الحدثي.

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 احتفال حقيقي وفخم، ومن هنا نجد استيعاب بدايات تنظيم الأحداث، لأن كل عنصر من العناصر الموجودة في المجتمع لديها علاقة بالأحداث (مكان، زمان، المرسل، الجمهور المستهدف، الرسالة الموجهة أو 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 هايدى بارك في لندن عام 1851.

ثم ظهور الحدث الرياضي والألعاب الأولمبية المؤسسة من طرف coupertin de pierre في عام 1892، والمستوحاة من الألعاب الأثينية في الحضارة الإغريقية، ثم التحضير لكأس العالم لكرة القدم المعترف بها رسميا عام 1928.

بالرغم من كل هذه الأحداث المتوالية إلا أنه لم يتم اعتبارها كأداة اتصالية إلا في سبعينيات القرن الماضي، تازمنا مع وصول الشركات الأمريكية الكبيرة إلى العالمية.¹⁵

المطلب الثاني - أشكال الاتصال الحدثي:

يأخذ الاتصال المناسباتي أشكالا عدة، ونقسم 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 بشكل غير دوري وعلى فترات منتظمة.

¹⁵ Anthony Babkine. Adrien rosier . Réussir l'organisation d'un événement . Eyrolles éditions d'organisation. 2011. P04.

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

وهناك تقسيم آخر بحسب المدة التي يستغرقها الاتصال المناسباتي، فمنها أحداث تستمر لدقائق وأخرى لساعات وأخرى لأيام، لا تزيد عن أسبوعين، نـ وازدت عن ذلك، فإنه من الضروري على المؤسسة المنظمة أن تنظم مناسبة خاصة لبدأته أو أخرى لنهايتها، وذلك لأن اهتمام وسائل الإعلام ينخفض كلما ازادت مدة الحدث.

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

- المؤتمرات .
- المعارض.
- المناسبات السنوية .
- الاحتفالات والمهرجانات.
- الندوات.
- ورش العمل.
- المحاضرات.
- الحفلات الدراسية.

- مجموعات التركيز .

- المسابقات.¹

المطلب الثالث: وسائل الاتصال الحديثي .

يتميز الاتصال من خلال الحدث بطبعه الاستثنائي الخارج عن الروتين الاعتيادي، كذلك بتأثيرها على الجمهور المستهدف (تأثير عاطفي، تأثير إدراكي، تأثير ذهني، تأثير نفسي) ومع ذلك فهو ليس غاية في حد ذاته بل يعتبر أداة مستعرضة مكملة لإجراء أنواع أخرى من الاتصالات، و إن مجمل هذه الخصائص تجعلها أداة مميزة في الاتصال المؤسسي.²

يعتمد الاتصال المناسباتي بمجموعة وسائل اتصالية تشترك مع غيره من الأنواع الأخرى من الاتصال، لكنها في الاتصال المناسباتي يكون أكثر شهرة واستخداما لانسجامها مع طبيعة الموضوع، ومن أبرز تلك الوسائل التي تتعلق بالاتصال قبل المناسبة، ما يلي:

-الاتصال الشخصي والمقابلات الشخصية الفردية والجماعية لغرض التوطئة لإنجاح المناسبة.

-الاتصال الإلكتروني عن طريق البريد ووسائل الإعلام المختلفة و ادامة التواصل.

-إرسال الخطابات الشخصية والمعائدات والبطاقات في المناسبات المختلفة.

-القيام بزيارات لبعض الشخصيات والمستهدفين بالاتصال المناسباتي لكسب ثقتهم والتفاهم معهم، ودعوتها لزيارة المؤسسة للوقوف على مدى التقدم فيها والترحيب بهم.

-إقامة بعض الولائم على شرف عدد من الشخصيات التي يستهدفها الاتصال المناسباتي للتمهيد لحضورهم في المناسبة الكبيرة.

-إقامة الحفلات الخاصة بالمؤسسات وب ارمج الترفيه في المناسبات ودعوة بعض أفراد الجمهور لحضورها.

¹ نجم العيساوي، الاتصال المناسباتي أو الحديثي: <http://whova.com/blog/free-event-plannig-rockstar>

http:software-makeyou- مدونة الاعلام و العلاقات العامة، بتاريخ الأربعاء 15 ماي 2019.

² Thierry Libaert. Karine Johannes ; La communication Corporate . Dunod . Paris 2010. P104.

-تقديم الهدايا التذكارية ومنح الجوائز التشجيعية أو التقديرية.

-تقديم بعض الامتيا ازت لبعض المستهدفين أو جميعهم حسب مقتضى الحال.

-نشر المطبوعات الخاصة بالمؤسسة أو الجهة صاحبة المناسبة (من كتيبات ومجلات ونش ارت وبروشو ارت و غيرها ...) لغرض التعريف بها أو ترسيخ قناعات الجمهور بمضمونها، واطلاعهم على أهداف وأنشطة المؤسسة وتزويدهم بمختلف أنواع المعرفة التي يرغب في الاستفادة منها بغرض التنوير أو التنقيف أو تحسين الصورة الذهنية.

-إعداد التقارير الدورية عن نشاطات المؤسسة أو ب ارمجها أو عن المناسبات الهامة السابقة وكذلك إعداد التقارير التي تعرض الحقائق الخاصة بموضوع أو موقف أو حدث معين عرضا تحليليا بطريقة مبسطة و اخراج جذاب.

-الإعلانات عبر وسائل الإعلام والترويج للبرامج أو المشروع أو المناسبة لضمان حشد الجمهور المناسب للحضور، ويتم تحديد جمهور الإعلان من خلال تفاصيله ومحدداته.

-الدرشة الجماعية عن طريق منصات ال ج اراء مناقشات ٍ تواصل الاجتماعي و اوم ازمنة داخلية قبل أو أثناء المناسبة، مكانية توفير خدمة التواصل مع الجمهور بعضهم بعضاً لترتيب موضوع معين أو مناقشته أو مشاركته.

-لوحة الإعلانات العامة سواء على حائط المؤسسة أو في المناطق ذات الكثافة السكانية أو المرور الكثيف.

-تعدد وسائل التواصل الاجتماعي من أبرز الأدوات التي يمكن أن تسد تنشر في الاتصال المناسب، لاسيما أنها تمتاز بالتفاعلية والردود المباشرة.

ولابد لبعض المناسبات من تخصيص موقع إلكتروني خاص بها، سواء كان على ال web أو على صفحات التواصل الاجتماعي، وهذا من شأنه يساعد على معرفة المزيد حول المناسبة بسهولة، كما يمكن تخصيص بريد إلكتروني للمناسبة إذ ألزم الأمر، لاسيما في المناسبات الدورية والمستمرة، ومن خلال هذا البريد يتم التواصل مع المعنيين، وسيكون هذا العنوان محل لجمع رسائل البريد الإلكتروني

للحاضرين السابقين والحاليين، انشاء قائمة رسائل إخبارية لتقديم وتأكيد أي عناوين رئيسة أو تغييرات في المكان أو ورش عمل خاصة.¹

المطلب الرابع: أهداف الاتصال الحديث.

يمكن للاتصال الحديث أن يخلق مجموعة من الأهداف التالية:

- إبلاغ أو تدريب المشاركين.
- توحيد وتحفيز الموظفين.
- خلق فرص للتجمعات والتبادلات.
- تحسين العلاقات مع الجمهور الداخلي والخارجي.
- تحسين صورة وهيبة المؤسسة.²
- زيادة الوعي لدى المشتركين.
- إيتاح عروض وأفكار ومشاريع ومنتجات (كتب) في مختلف المجالات.³
- استغلال عمليات نقل المعلومات من طرف وسائل الإعلام أو التي تتم مباشرة (الاتصال الشخصي).
- جلب الانتباه نحو المؤسسة والخروج عن المألوف.
- خلق مواد إعلامية تتكلم عن نشاطات ومنتجات المؤسسة.⁴

¹ Thierry Libaert. Karine Johannes ; op cit . p105.

² Charles Scibetta et autres. Projets de communication conduite et vente. 2^{ème} édition. ARMAND-COLIN. P213.

³ حسان حجاج، الاتصال الحديث في المؤسسة التجارية و الخدمية في الجزائر، حالة المؤسسات السياسية و الثقافية، رسالة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة قسنطينة 03، غير منشورة، 2015-2016، ص:94-95 .

⁴ Bayrlski pauline. Henneron Hélène et autres. Comment réaliser une bonne communication  v nementielle ? université lille. 2011. P09.

المطلب الخامس: أهمية الاتصال الحدتي.

كما وضحنا سابقا يمكن استخدام الاتصال الحدتي لأغراض استراتيجية من أجل تحسين وصول الرسالة إلى مختلف المشتركين والعملاء المستهدفين بشكل كبير وتكمن أهميته الرئيسية في:

- حقيقة انه يتمتع بمزايا لا توجد في أي وسائل اتصالية أخرى.

-تنسيق الجمهور المستهدف بشكل فعال وفقا لخصوصيات ومجالات الاهتمام.

-خلق اتصال بشري بين جميع الأطراف المشاركة سواء مؤطرين أو الجمهور المستهدف.

-تكييف الرسالة مع كل حدث.

-خلق المزيد من الانفتاح على مشاريع أخرى.

-قياس و تحديد الأهداف للتقييم الدقيق للنتائج.¹

المطلب السادس :المجالات المعتمدة في الاتصال الحدتي:

الاتصال الحدتي ينطبق على ثلاث مجالات مهمة:

7-1- المجال التجاري:

-الإفراج عن منتج جديد.

-الترويج لمنتج جديد.

-الحفاظ على قيمة المؤسسة من خلال عرض خدماتها المختلفة.

7-2- مجال العلاقات العامة:

هدف الاتصال الحدتي في هذا المجال يتمثل في:

¹ Bayrlski pauline. Henneron Hélène et autres. Ibid. p 09.

-تكوين اتصالات شخصية مع الجماهير ذات الأهمية الخاصة للمؤسسة، من أجل إعلامهم وكسب تعاطفهم وتشجيعهم بدورهم على نشر المعلومات المقدمة لهم إلى جمهور أوسع.

7-3- مجال العلاقات الداخلية:

هدف الاتصال الحدثي في هذا المجال يتمثل في:

-تنظيم جميع أنواع الأحداث داخل المؤسسة مثل (الندوات الداخلية، مؤتمرات اجتماعات،...).

المبحث الثاني: المؤسسة الاقتصادية.

لقد شغلت المؤسسة الاقتصادية و لا تزال حيزاً معتبراً في كتابات و أعمال الكثير من الاقتصاديين, بمختلف اتجاهاتهم الإيديولوجية سواء من الشرق أو من الغرب, باعتبارها النواة الأساسية في النشاط الاقتصادي للمجتمع.

و نظراً للتحويلات و التطورات التي تشهدها الساحة الاقتصادية إلى حدّ الساعة, فإن المؤسسة آنذاك لم تعد هي نفسها المؤسسة حالياً, فبالإضافة إلى تنوع و تعدد أشكالها و مجالات نشاطها فقد أصبحت أكثر تعقيداً و أصبح الأمر يستدعي اعتماد منهج جديد و ملائم للدراسة و التخلي عن المنهج التقليدي التحليلي, الذي يعالج النظام ككل, بدون معرفة أجزائه و العلاقات الرابطة بينها و محيط النظام.

المطلب الاول: تعريف المؤسسة.

يعرف ناصر دادي عدون المؤسسة على أنها: " كل هيكل تنظيمي اقتصادي مستقل مالياً, في إطار قانوني و اجتماعي معين, هدفه دمج عوامل الإنتاج من أجل الإنتاج, أو تبادل السلع و الخدمات مع أعوان اقتصاديين آخرين, أو القيام بكليهما معاً (إنتاج + تبادل), بغرض تحقيق نتيجة ملائمة, و هذا ضمن شروط اقتصادية تختلف باختلاف الحيز المكاني و الزماني الذي يوجد فيه, و تبعاً لحجم و نوع نشاطه".¹⁶

المؤسسة حسب الفكر النظامي:

إن الجديد لدى الأنظمة هي أنها تخلصت من الطرق التي سبقتها في عملية تحليل المؤسسة, و بشكل أكثر عقلانية و تقنية, و أعطت لها تعريفات و أشكالاً أكثر مرونة و تكييفها مع الحالات المتنوعة و المختلفة, حتى سمحت بإنشاء نماذج و استعملت كأداة أو وسيلة توضيح في التحليلات الخاصة بالمنظمة.

و قد تميزت هذه النظرية في هذا المجال عن نظريات الإدارة و التنظيم التي سبقتها بأخذها بعين الاعتبار محيط المؤسسة كعنصر هام في التحليل, عكس ما اعتبر سابقاً خاصة من طرف المدرسة الكلاسيكية و الكمية فنجد تايلور مثلاً يعتبر أن محيط المؤسسة ثابت و لا يتغير و لا يؤثر في نشاطها, أما لدى

¹⁶ ناصر دادي عدون, اقتصاد المؤسسة, دار المحمدية العامة, 1998, ص. 11.

أصحاب المدرسة التنظيمية، فله دور هام في تصرف المؤسسة، إذ يتفاعل بشكل متبادل و بحركة مستمرة و تغييرات متواصلة، و تحدد حياة المؤسسة بمدى قدرتها على مسايرة هذه الحركة و التأقلم مع الحالات الجديدة باستمرار.

حسب اتجاه L. Von Bertalanffy، فإن المؤسسة كمنظمة تعتبر في نفس الوقت هيكلًا اجتماعيًا واقعيًا و كمتعامل اقتصادي، و تتمتع بخصائص تنظيمية، و يمكن وضعها كنظام مفتوح و هذا معناه أن المؤسسة نظام:

- 1- لأنها مكونة من أقسام مستقلة، مجمعة حسب هيكل خاص بها.
- 2- لأنها تملك حدودًا تمكنها من تحديدها و تفصلها على المحيط الخارجي.
- 3- و هي نظام مفتوح لأنها تتكيف بوعي مع تغييرات المحيط بفعل القدرات المتخذة من طرف مسيرتها.¹

المطلب الثاني: أهداف المؤسسة: ¹⁷

1- تعظيم الإنتاج و البيع:

أ- تعظيم الإنتاج: الإنتاج هو إعداد و مواءمة للموارد المتاحة بتغيير شكلها أو طبيعتها الفيزيائية و الكيميائية، حتى تصبح قابلة للاستهلاك الوسيط أو النهائي (إيجاد منفعة)، و من الإنتاج التغيير الزمني و هو التخزين، و استمرارية الزمن، و هو إضافة منفعة أو تحسينها و كذلك التغيير المكاني (النقل).
و هناك مفهومان أساسيان للتخزين: التخزين كإنتاج، و هو الإنتاج، و التخزين كاحتفاظ و هو التخزين، و العلاقة بين الإنتاج و التخزين هي سواء علاقة منبع أو مصب.
و يتم الإنتاج بموارد عملية و موارد مالية و موارد بشرية، و موارد مادية، ضمن قيود هيكلية هي الطاقة الإنتاجية، الطاقة التخزينية، الطاقة المالية، و الطاقة التوزيعية.

¹ نفس المرجع، ص 47-48.

¹⁷ محاضرات الأستاذ كساب، مقياس تسيير المخزون، السنة الجامعية 2000-2001.

يتم تعظيم الإنتاج وفق معيارين: الكفاءة الفنية و الكفاءة الاقتصادية؛ فالكفاءة الفنية هي الإنتقال من مستوى إنتاجي أحسن و ذلك باستنفاذ موقع الوفر (يقابل موقع الهدر)، و هي تفسر قياسا ماديا (عينياً) العلاقة بين المدخلات و المخرجات، بناءً على استخدام الموارد. و الصورة المعيرة بالتكاليف للكفاءة تظهر في الكفاءة المقابلة و تسمى الكفاءة الاقتصادية، هذه الأخيرة هي مؤشر يفسر قياسا ماليا بين المدخلات و المخرجات.

ب- البيع: بما أن المؤسسة تقوم بتعظيم إنتاجها وفق الكفاءة الفنية و الاقتصادية، تحتاج إلى تعريف هذه المنتجات، فإذا كان الإنتاج و التوزيع خطيان، أي كل ما ينتج يباع فلا يوجد أي مشكل، أما إذا كان ما ينتج أقل مما يباع، فإن المشكل يكمن في قسم الإنتاج، و إذا كان ما ينتج أكثر مما يباع فتظهر مشكلتان، الأولى تسويقية و الثانية تخزينية، و في الثانية تحتاج إلى المحافظة على المواد ضمن شروط السلامة إلى حيث استعمالها.

2- تخفيض التكاليف بصفة عامة:

تبحث المؤسسة عن مواقع الوفر من أجل استنفاذها، و بالتالي استغلال الإحتياجات استغلال أمثل، أو الوصول إلى تكاليف بأقل مستوى ممكن و هذا يعني تحويل مواقع الوفر.

3- تخفيض تكاليف النفاذ بصورة خاصة:

إذا حدث انقطاع في التموين تتجه المؤسسات إلى المخزونات، و إذا لزم الأمر و استعملت مخزون الأمان (وهو مخزون احتياطي ضد العشوائية لمواجهة فترة العجز) لطارئ ما، قد يكون تأخير وصول المدخلات أو توسيع الاستخدام، أي زيادة معامل الاستخدام بالنسبة للزمن، ستجد المؤسسة نفسها في حالتين:

1- مخزون الأمان كافي لتغطية فترة الإنقطاع: في هذه الحالة لا يوجد مشكل للمؤسسة، لكن يجب أن تعوضه فيما بعد.

2- مخزون الأمان غير كافي لتغطية الاستخدام: هنا تتوقف عملية الإنتاج، وبالتالي يحدث عجز داخلي في المؤسسة، و تظهر تكلفة العجز الداخلي و هي تكلفة متغيرة متزايدة تماما بدلالة الزمن الانقطاع، و على المؤسسة أن تتحمل هذه التكلفة أو تحملها للمستهلك.

إذا لم يتوقف الانقطاع في التمويل, سوف تكون هناك خطورة على صورة المؤسسة خاصة المؤسسة التي تنتج إنتاج وظيفي, فلما ينفذ مخزون الأمان للمدخلات تتجه المؤسسة إلى مخازن الأمان للمخرجات, فتجد نفسها في حالتين: مخزون أمان كافي أو غير كافي, في الحالة الثانية يتحول العجز الداخلي إلى عجز خارجي و تظهر تكاليف العجز الخارجي و هي:

- ربح غير محقق و هي تكلفة ثابتة.
- تكلفة النفور و هو حجم السوق المحول من المؤسسة إلى المؤسسات الأخرى.
- تكلفة الفرصة البديلة بالنسبة للمؤسسات الإنتاجية لأنه لا توجد التزامات بينها و بين العملاء.
- تكاليف العجز الداخلي + تكاليف العجز الخارجي = تكاليف النفاذ.

4-تعظيم الربح:

$$\text{الربح} = \text{الإيرادات} - \text{التكاليف}$$

$$\text{الإيراد} = \text{الكمية} \times \text{السعر}$$

هناك مجموعة من القرارات لتعظيم الربح:

1- زيادة السعر مع ثبات التكلفة.

2- زيادة السعر مع زيادة التكلفة.

3- تخفيض السعر مع ثبات التكلفة.

4- تخفيض السعر مع تخفيض التكلفة.

بشرط نسبة التخفيض في التكاليف أكبر إلى حدّ معين من نسبة تخفيض السعر, في القرار الرابع, و في القرار الثاني نسبة الزيادة في التكاليف تكون أقل من نسبة الزيادة في السعر.

5- إيجاد مركز تنافسي جيد في السوق:

لكي تصل المؤسسة إلى مركز تنافسي في السوق يجب أن تنافس غيرها من المؤسسات في أبعاد المنافسة و المتمثلة فيما يلي: السعر المناسب, النوعية المناسبة, الكمية المناسبة, الوقت المناسب, طريقة الدفع المناسبة, ووجود مواقع معلوماتية مناسبة.

6- تعظيم القيمة السوقية للسهم:

كل المؤسسات تحتاج إلى تحديث أو تغيير الآلات و المعدات و لتوسيع طاقتها الإنتاجية, التخزينية, و التوزيعية و المالية, فيلزمها أموال لهذا التحديث من خلال الإحتياطي, الاقتراض و إصدار الأسهم. أول من يعرف صورة المؤسسة المالية هو المساهمون عن طريق الجمعية العامة, العملاء و الموردون, و كلما كانت الصورة المالية جيدة يزداد الطلب على الأوراق المالية للمؤسسة و هذا ما يؤدي إلى ارتفاع القيمة الإسمية لهذه الأوراق.

إن تعظيم القيمة السوقية للأوراق المالية هو هدف استراتيجي (يسمح بالنمو و الاستمرارية).

المطلب الثالث: أجزاء المؤسسة الاقتصادية و مستوياتها

1- أجزاء المؤسسة:

إن مكونات نظام معين هي عناصر متفاعلة فيما بينها, و هي بدورها يمكن أن تعتبر كأنظمة فرعية متأثرة فيما بينها, و تقسيم النظام الكلي إلى أنظمة متفرعة عنه قد تصل إلى أجزاء ابتدائية بالنسبة له, أو وحدات أساسية له, حسب الأعمال الملحقة بكل جزء, و لهذا يمكن أن نعتبر أن الوسائل المستعملة و الأعمال و الوظائف و الأشخاص كأنظمة فرعية في المؤسسة, إلا أن التقسيم يجب أن يكون حسب طبيعة التحليل, و طبقاً للحاجة إلى ذلك, مع مراعاة أن الأنظمة الفرعية يجب أن تتعامل فيما بينها و يشترك كل منها على الأقل مع الآخر في تحقيق هدفه, و بالتالي أهداف النظام العام أو المؤسسة.

و الأنظمة الفرعية تضم ضمن حقل من العلاقات بواسطة الأهداف الأفقية و العمودية, التي تحدد حسب ضرورة الانسجام, و تتمثل الأهداف الأفقية في كل من الأهداف الإنتاجية, و المالية و أهداف البيع, و الأهداف الخاصة بالموارد البشرية و قد تسمى بأهداف التأطير.

أما الأهداف العمودية فتتمثل في أهداف البرامج, أو عند توزيع أحد منها بتوزيع إلى أهداف خاصة بالأنظمة الفرعية لمستويات مختلفة ضمن علاقة هرمية.

و هذان النوعان من الأهداف (أفقية و عمودية), همل الذان يحددان مجموعة من العلاقات بين الأنظمة الفرعية المكونة للنظام الكلي.¹

2- مستويات المؤسسة:

يختلف عدد مستويات المؤسسة حسب الأنظمة التي تتفرع إليها و حسب أهداف التحليل ويمكن أن توزع إلى أربعة مستويات أساسية كالتالي:

2-1- المستوى الأول: مستوى الاستغلال, دوره ضمان استعمال مستمر لعوامل النظام المادي, لتحقيق المهام الموكلة إليه من المستوى الأعلى أو التسيير, و في إطار أهداف الاستغلال يجب أن يتكيف مع السياق, و يصحح الانحرافات المؤقتة, و يعمل نظام الاستغلال حسب الوقت الحقيقي, أي في نفس الوثيرة للظاهرة الإنتاجية و التجارية التي يقوم بمراقبتها.

2-2- المستوى الثاني: مستوى التسيير.

دوره يتمثل في التسيير و تحديد الإجراءات المطلوب تنفيذها في مستوى الاستغلال, و التي تكون مناسبة لوسائله ثم مراقبتها في التنفيذ, و عند ظهور عوامل غير مأخوذة في الحساب تؤثر على نشاط الاستغلال, و أن هذا الأخير لا يملك إمكانيات كافية لإعادة الحركة إلى أصلها, بتدخل نظام التسيير.

2-3- المستوى الثالث: مستوى الإدارة.

في هذا المستوى يتم تحديد الأهداف طويلة الأجل, تغيير الهياكل, اتخاذ القرارات الاستثمار, و من جهة أخرى إعادة النظر في نظام الاستغلال في حالة الحاجة إلى ذلك.

¹ ناصر دادي عدون, مرجع سبق ذكره, ص 48-49.

2-4-المستوى الرابع: مستوى التحول.

و هو أعلى مستوى، و يعمل عل الربط بين المؤسسة و محيطها، و يستقر فيه حتى وجود المؤسسة و تحولاتها الأساسية، اندماج، إحتواء، تطور، توسع، و اختفاء، و هذا يعني حماية المؤسسة ضد الاضطرابات الاقتصادية بتحويلها جذرياً عند الحاجة.

خلاصة:

من خلال العرض السابق تبين أن الاتصال الحديثي مر بمجموعة من الفت ارت المهمة التي رسمت نشأته وبداياته وتطوره من خلال مختلف الأحداث العالمية، إلى حين ولوجه أبواب المؤسسات الجامعية، متخذا عدة أشكال وأنواع، إذ اتضح أن له أهمية بالغة في خلق اتصال بشري بين جميع المشتركين باعتماد وسائل خاصة تساهم في هذه العملية، بهدف ضمان التسيير الجيد للمؤسسة الجامعية وتحسين صورتها في شتى المجالات المعتمدة.

مازالت المؤسسة الاقتصادية إلى يومنا هذا مجالا واسعا للدراسات العلمية والاقتصادية و الأبحاث النظرية والميدانية، حيث تمثل المؤسسة الاقتصادية النسبة الكبرى من الضرائب المطبقة في الدولة لدى يجب علينا المرور على موضوع المؤسسة الاقتصادية قبل التكلم عن الجباية المطبقة فيها.

سورة التوبة

الجانب التطبيقي

سورة التوبة

تمهيد:

من أجل تدعيم الدراسة النظرية، سنحاول تسليط الضوء على واقع إستراتيجية التسويق في المؤسسة الاقتصادية وذلك من خلال الدراسة التطبيقية للمؤسسة محور الدراسة.

فهذه المؤسسة تمثل أحد أهم ركائز الاقتصاد الوطني ألا وهي مؤسسة نפטال وبالضبط فرع غاز البترول المجمع لولاية البويرة والتي تقوم هي الأخرى بنشاط التسويق.

وسنتطرق في هذه الدراسة إلى تقديم عام للمؤسسة نפטال الأم وهيكلها التنظيمي ثم التعريف بالفرع محور الدراسة وأخيرا أهم الإستراتيجيات المتبعة في هذا الفرع.

المبحث الأول: تقديم مؤسسة نפטال.

المطلب الأول: لمحة تاريخية عن المؤسسة.

المؤسسة عبارة عن خلية حيث يكون نشاطها جمع مجموعة معينة من الوسائل العملية التي تساعد في نشاطها وأن توفير هذه الوسائل والتجهيزات والعلاقة الوجودية بينهما يعد أمرا أساسيا يسمح بالتعرف على الهيكلية التنظيمية للمؤسسة، حيث هذه الهيكلية تنمو وتتطور حسب البيئة التي تتواجد فيها المؤسسة وطبيعة نشاطها.

انطلاقا من تعريف المؤسسة يمكن تحليل الهيكلية التنظيمية للمؤسسة.

1-نشأة و تطور مؤسسة نפטال:

مؤسسة صادرة من مجمع SONATRACH ،حيث نشأت المؤسسة ERDP أو NAFTAL بفضل المرسوم الرئيسي رقم 102/80 في 1981/04/06 ،وبدأت تنشط في 01/01/1992 وهي تهتم بصناعة وتصفية البترول وتوزيع المواد البترولية تحت علامة NAFTAL.

وفي سنة 1987 عدلت وقسمت بفعل المرسوم رقم 187/87 إلى مؤسستين هما:

-NAFTEC: مؤسسة مختصة في تصفية البترول.

- NAFTAL: مؤسسة مختصة في تسويق وتوزيع المواد البترولية ومشتقاته بداية من 18/04/1998 غيرت مؤسسة NAFTAL نظامها لتصبح شركة مساهمة SPA برأسمال 665000000 دج مقسمة إلى 665 سهم بقيمة 10 ملايين دج لكل سهم تابعة 100 %لمؤسسة SONATRACH ،ودورها الأساسي هو التوزيع و التسويق البترولية على التراب الوطني.

وتتدخل في المجالات التالية:

-ملء GPL .

-صياغة الزفت.

-توزيع، تخزين، وتسويق الوقود، الغاز والبتترول المميع GPL، زيوت التشحيم، الزفت، العجلات و المواد الخاصة.

-نقل المواد البترولية.

كلمة نפטال تنقسم إلى قسمين:

-NAFT : مصطلح عالمي يقصد بع البترول.

-AL : الحرفين الأولين من كلمة. ALGERIE .

2-الوسائل المادية و البشرية لمؤسسة نפטال:

-الطاقات البشرية تقدر ب: 29762 عامل موزعة على كامل التراب الوطني، وتعتبر من بين المؤسسات الإستراتيجية في اقتصاد البلد إذ تحتوي على:

- 57 مركز ومخزن للتوزيع وتخزين الوقود، زيوت التشحيم والعجلات.

- 29 مركز ومخزن لقسم الطيران، و 6 مراكز لقسم البحرية.

- 49مخزن وسيطي لتخزين GPL ، 6مراكز فرط ال GPL .

- 40مركز لملئ GPL ،لها طاقة لملئ 2.1 مليون طن/السنة.

- 15وحدة زفت ذات طاقة تصنيع 360000 طن/السنة.

- 3903ناقلة توزيع و815 آلة نقل وتفريغ وتثبيت.

-القدرات التخزينية لمؤسسة نפטال في مجال الوقود:

Capacités de stockage:

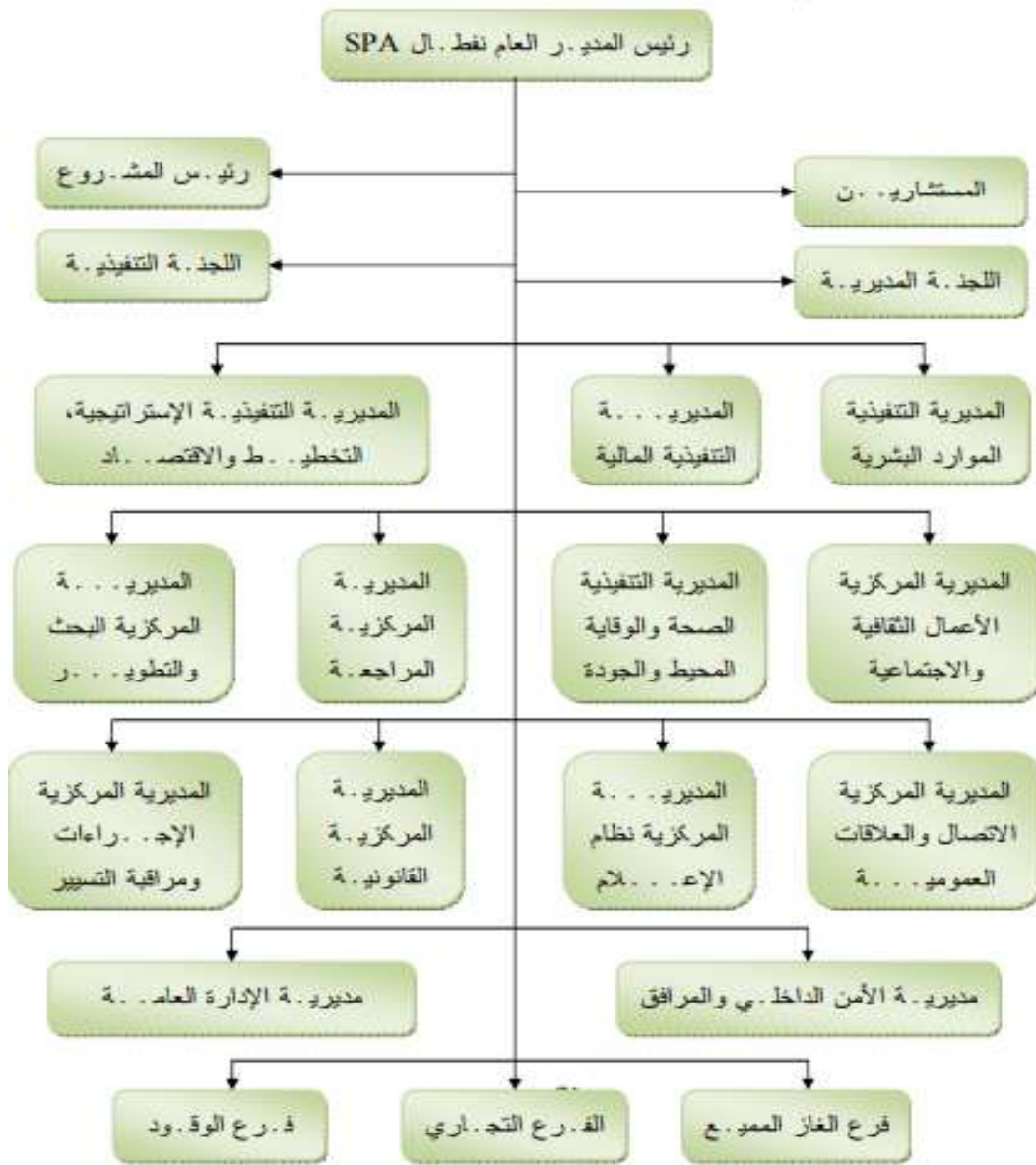
- ✓ Carburants terre: 567 000 m3.
- ✓ Carburants aviation: 30 000 m3.
- ✓ Carburants marine: 176 000 m3.

3- الهيكل التنظيمي في شركة نפטال:

عرف الهيكل التنظيمي العام لشركة نפטال عدّة تطورات تتمثل أهمها فيما يلي:

في سنة 2001 قامت شركة نפטال بتنظيم المناطق التابعة لقسم الوقود، زيوت التشحيم والمطاط، وما بين سنة 2002 و 2003 قامت بإعادة هيكل الشركة حسب النشاطات الفرعية التالية: فرع الوقود، الفرع التجاري، فرع الزيوت، المطاط والزفت، فرع الغاز المميع، فرع النشاطات الدولية والشراكة.

وفيما يلي الهيكل التنظيمي للمؤسسة الوطنية لتوزيع وتسويق المنتجات البترولية نפטال:



الشكل 03: الهيكل التنظيمي لشركة نפטال الأم.

المطلب الثاني: أنشطة و امكانيات المؤسسة.

1-أنشطة مؤسسة نפטال:

تتمثل الأنشطة التي تقوم بها نפטال فيما يلي:

-تعبئة الغاز و البترول المميع GPL .

-توزيع، تخزين وتسويق الوقود والبترول المميع، زيوت التشحيم الزفت " BITUMES"العجلات المطاطية سير غاز وبعض المواد الخاصة.

-نقل المواد البترولية.

-تصنيع الزفت.

2-إمكانيات مؤسسة نפטال:

جهزت الشركة وسائل مادية وبشرية لمساعدتها على إتمام المهام التي تقوم بها هذا من جهة، ومن جهة أخرى قامت نפטال باستغلال جميع الإمكانيات الضرورية للوصول إلى الأهداف المراد تحقيقها من خلال وضع القوانين، المخططات وبرامج التنمية.

2-1-الموارد البشرية:

بطاقة بشرية تقدر تقريبا بـ 30000 عامل عبر كامل التراب الوطني، وهي مقسمة على النحو التالي:
5000 إطار، 9500 تقني و 15500 منفذ أو يد عاملة تطبيقية.

2-2-الموارد المالية:

تمتلك شركة نפטال حظيرة سيارات لنقل المنتجات متكونة من 3000 وسيلة نقل تضمن لها التوزيع بطريقة منظمة و عامة على كافة التراب الوطني، كما تضمن تموين المطارات والموانئ بالوقود.

و تتمثل هذه الوسائل من: سيارات شحن، شاحنات مقطورة بكل أنواعها.

2-3- شبكة التوزيع:

جهزت نفضال لمهمة توزيع الوقود Carburant الوسائل التالية:

- 42 مركزا لتخزين الوقود.

- 1800 محطة للخدمات منها 400 محطة مسيرة مباشرة.

أما لتوزيع غاز البترول المميع GPL فجهزت له ما يلي:

- 43 وحدة إنتاج غاز البترول المميع.

- 65 مركز تعبئة.

- 14000 نقطة بيع.

2-4- القدرات التخزينية:

-الوقود: 58500 متر مكعب.

-غاز البترول المميع: 3800 000 قارورة الغاز ذات 17 كاغ.

-غاز البترول الخام: 40000 طن.

-غاز البترول الخام: 5000 طن.

2-5- أهم زبائن نفضال:

من أهم زبائن نفضال: سوناطراك، الخطوط الجوية الجزائرية، الإدارات المحلية (ولايات وبلديات...)، وزارة

الدفاع الوطني والخطوط الجوية الفرنسية.

المطلب الثالث: تشكيلة المنتجات التي تسوقها.

إن المهمة الأساسية لشركة نفضال هي توزيع وتسويق المنتجات البترولية بصفة عامة بما فيها تلك

الموجهة للملاحة الجوية والبحرية، وأهم المنتجات التي تسوقها هي:

-الوقود الأرضي Terre Carburants ،وهناك 5 أنواع من الوقود تسوقها نפטال وهي: وقود عادي،
وقود ممتاز، وقود ممتاز بدون رصاص، المازوت، غاز البترول المميع GPL وغاز البوتان.

-غاز البترول المميع GPL .

-زيوت، وهناك 3 أنواع من الزيوت هي: زيوت التشحيم، زيوت السيارات والزيوت الصناعية.

-الزفت BITUME ،و هناك 5 أنواع من الزفت تسوقها نפטال وهي: الزفت المركز، زفت مؤكد، زفت
سائل ومشتقات الزفت.

-العجلات المطاطية Pneumatique .

-منتجات أخرى. Spécieux Produits هناك 4 أنواع وهي: برفين، الشموع، المواد المذيبة.

المطلب الرابع: أهداف مؤسسة نפטال و المهام الاستراتيجية لها.¹

مهمة مؤسسة نפטال تتركز على تسويق المواد والمنتجات البترولية من خلال المنظمة وتسيير شبكة
التوزيع على معظم التراب الوطني وتتركز المهام الرئيسية لمؤسسة نפטال على ما يلي:

-تنظيم وتطوير نشاطات البيع والتوزيع للمواد البترولية و مشتقاتها.

-تخزين ونقل جميع المواد والمنتجات البترولية وتسويقها على معظم التراب الوطني.

-الحرص على الاستعمال العقلاني للمواد الطاقوية.

-السهر على تطبيق واحترام جميع المعايير الإستراتيجية لحماية المنشأة الصناعية وحماية المحيط
بالتعاون مع السلطات المعنية.

-القيام بدراسات السوق فيما يخص استعمال واستهلاك المنتجات البترولية.

-تطوير هياكل التخزين والتوزيع لضمان تغطية التراب الوطني.

-مباشرة كل دراسات السوق بما فيها استعمال واستهلاك المنتجات البترولية.

¹ مقابلة شخصية مع مسؤول بمؤسسة نפטال "GPL" بالبويرة.

-تطوير قدرات العمال عن طريق التريصات والتكوين المستمر .

المطلب الخامس: التعريف بفرع غاز البترول المميع لشركة نפטال بالبويرة.

يتضمن هذا المطلب تعريف مفصل لفرع غاز البترول المميع، وكذا الهيكل التنظيمي الخاص به.

1-التعريف بفرع غاز البترول المميع:

في سنة 1998 انقسمت نפטال إلى 5 وحدات مكلفة بتوزيع مختلف المنتجات البترولية (البروبان، البوتان، الوقود، الزفت...إلخ) واستمر هذا الأسلوب التنظيمي إلى غاية 2001، حيث أنشأت مركزية جديدة خلقت أسلوبا آخر للمنظمة يتمثل في إدارة أفضل للمنتجات عن بعد، للوصول إلى الزبائن وعلى هذا الأساس ظهرت مناطق إنتاج في معظم الولايات بما في ذلك ولاية البويرة الحي المتخصص في توزيع وتسويق غاز البترول المميع (البوتان، البروبان، سيرغاز)، والذي يحوي بدوره مراكز التعبئة التي تستلم المنتجات بعد تكريرها وتعبئتها في قارورات ونقلها إلى المستودعات ونقاط البيع والتوزيع.

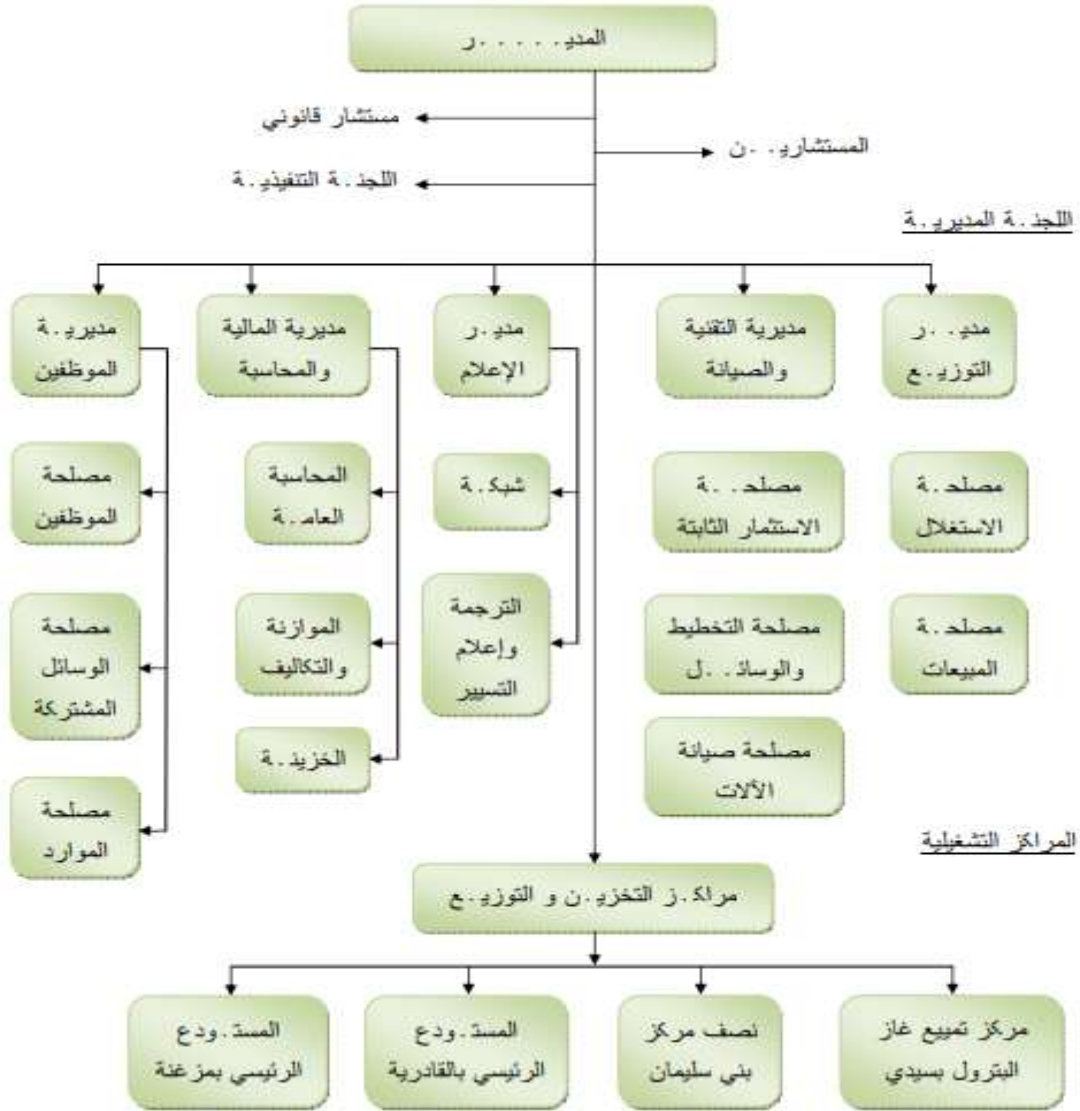
وتقع وحدة البترول المميع وسط مدينة البويرة حيث تبعد عن مقر الولاية بحوالي 360 متر، أما على المستوى الوطني فتقع شرق الجزائر العاصمة.

تحتوي وحدة غاز البترول المميع لولاية البويرة على مقر مركزي للمتابعة والتسيير والذي يشمل 5 مديريات مقسمة على مقرين، بالإضافة إلى مراكز التعبئة، التخزين والتوزيع. وفيما يلي الهيكل التنظيمي للمؤسسة، متبوع بشرح لكل فروع المؤسسة.

2-الهيكل التنظيمي لفرع غاز البترول المميع لشركة نפטال:

لدى شركة نפטال هيكل تنظيمي عام يشمل جميع فروعها المتخصصة في منتج معين. وفيما يأتي الهيكل التنظيمي لمؤسسة الغاز والبترول المميع بالبويرة:

الشكل 04: الهيكل التنظيمي لمديرية GPL.



المصدر: مقابلة مع مسؤول في فرع الموارد البشرية في مؤسسة GPL نفضال بالبويرة.

ومن خلال الهيكل نلاحظ أن لوحدة "GPL" مستويين: مستوى المراكز التشغيلية ومستوى مراكز الدعم المتمثلة في المصالح الإدارية.

2-1-1-مراكز الدعم:

هي المديرية الخاصة بوحدة غاز البترول المميع التي تراقب النشاطات التشغيلية لها وتتنوع على مقربين هما:

2-1-1-المقر الأول: يوجد على مستواه كل من:

المدير: وهو المسؤول عن الوحدة وعن اتخاذ القرارات وهو معين من طرف المديرية العامة لمؤسسة نפטال و معترف به أمام الوالي ومن بين مهامه:

-تسيير جميع المديريات في الوحدة.

-تنفيذ القرارات الصادرة عن المديرية العمومية.

-تحقيق السياسة والإستراتيجية الواجب إتباعها لتحقيق الأهداف المسطرة.

مسؤول الأمن الصناعي: نظرا لكون منتجات الوحدة جد خطيرة، يجب على الوحدة الاستعانة بمصلحة الأمن الصناعي ومن بين مهامه:

-التدخل عند حدوث كوارث مثل الحرائق.

-السهر على أمن الوحدة كالسرقة والصراعات.

-القيام بتحقيقات فيما يخص حوادث العمل.

المحامية: مكلف بـ:

-الشؤون القانونية للوحدة.

-دفع، استقبال، ومتابعة دعاوي المؤسسة.

-حل النزاعات بين عمال الوحدة.

مديرية الموظفين: مديرية الموارد البشرية تهتم بالمورد البشري وتعمل على تنمية مهاراته وتنقسم إلى ثلاث مصالح.

أ- مصلحة الموظفين: نجد فيها:

أ-قسم تسيير الموظفين: يقوم مسؤول هذا القسم بعدة مهام:

-تحرير عقد العمل.

-إرسال قرارات التوظيف للمديرية العامة.

-إعداد القرار النهائي للتوظيف وشهادة العمل.

أ-ب-قسم الأجور: يقوم بـ:

-إعداد دفاتر الأجور وورقة الحضور.

-استلام أوراق التقييط والتقييم.

أ-ج-قسم التعويضات الاجتماعية: المكلف بـ:

-تقديم إعانات مالية لضحايا حوادث العمل.

-إعلان وتسجيل الموظفين الجدد.

ب-مصلحة الموارد البشرية: تتمثل مصلحة الموارد البشرية في كل من مدير المصلحة المسؤول عن التوظيف وكذلك إطار سامي مكلف بالتكوين في الوحدة.

ج-مصلحة الوسائل المشتركة: تتضمن قسمين هما :

ج-أ- قسم المقتصدية: يقوم بشراء جميع الوسائل الخاصة بالوحدة وكذلك تخزين المواد المشتراة في المخزون واستعمالها عند الحاجة.

ج-ب-سم الوسائل العامة: يضم كل من: عامل التنظيف، ساعي البريد، سائق السيارة الخاصة، كما يقوم باستقبال الزوار العاملين الذين أتوا في مهمة عمل.

2-1-2-المقر الثاني: ويضم كل من:

مديرية المالية والمحاسب: هي المديرية التي تهتم بالجانب المالي للمؤسسة) جميع مدخلات ومخرجات المؤسسة)، وبكل ما يتعلق بالمحاسبة العامة والتحليلية للمؤسسة، وتظم المصالح الآتية:

أ- مصلحة المحاسبة العامة: من بين وظائفها:

-حساب مدخلات و مخرجات الوحدة.

-وضع ميزانية نهاية السنة.

-تسديد المصاريف المتعلقة بالوحدة.

ب- مصلحة الموازنة والتكاليف: من بين وظائفها:

-إعداد و تصنيف تكاليف المنتج.

-وضع الميزانية التقديرية للسنة المقبلة.

ج-مصلحة الخزينة: تملك ما يقدر بـ 50 ألف دينار جزائري وتسجيل عمليات الشراء التي لا تتجاوز

10000 دج ومن بين وظائفها:

-إعداد قائمة تسليم الشيكات لكل البنوك المتعاملة معها.

-مكلفة بتحويل أجور العاملين.

مديرية الإعلام: تتضمن قسمين:

قسم الشبكة، قسم الترجمة وإعلام التسيير اللذان يتوليان المهام التالية:

-وضع نظام معلومات التسيير.

-استقبال و تثبيت البرامج الجديدة.

-استخراج المعلومات التي تصل عبر البريد الإلكتروني من المديرية العامة.

-مساعد عمال الهياكل فيما يخص الإعلام الآلي.

-حساب قسط المردودية الجماعية والفردية.

مديرية التقنية والصيانة: يتمثل دورها في:

-مشاركة عمال المراكز التشغيلية في عملهم في مجال التخطيط والصيانة.

-الاهتمام بكل الأعمال التقنية في الوحدة.

و تنقسم هذه المديرية إلى ثلاثة مصالح هي:

أ- مصلحة الاستثمار الثابتة: ومن بين مهامها:

- شراء القطع الخاصة بالاستثمارات الثابتة المعطلة.

- مراقبة جميع الوسائل الموجودة في مراكز الإنتاج.

ب- مصلحة التخطيط والوسائل: يتمثل دورها في:

- مشاركة المصلحتين السابقتين في عملهما.

- إعداد الميزانية العامة سواء تعلق الأمر بصيانة أو شراء قطع الغيار.

- ضمان السير الحسن للعمل في المراكز وتوفير وسائل جديدة للإنتاج.

- إعداد ومتابعة مخططات المنشأة الجديدة في المقر والمراكز.

ج- مصلحة صيانة الآلات: يتمثل دورها في:

- صيانة ومراقبة وسائل النقل.

- توفير قطاع الغيار المناسب و القيام بالإصلاحات اللازمة.

مديرية التوزيع: نظم هذه المديرية 09 عاملين وتتكون من مصلحتين هما مصلحة المبيعات و الاستغلال.

أ- مصلحة الاستغلال: يتمثل نشاطها فيما يلي:

- التنسيق بين وسائل الإنتاج والاستغلال الأمثل لها.

- الاستغلال الأمثل لوسائل النقل.

ب- مصلحة المبيعات: يتمثل نشاطها فيما يلي:

- تهتم مصلحة المبيعات في المعلومات التجارية مع الزبائن والتأكد من الحسابات الجارية.

- إعداد ملفات الزبائن وإرسالها إلى المديرية العامة لتشفير كل زيون.

-إعداد الطلبية وإرسالها للمركز .

-متابعة التوزيع، وتزويد الزبائن بالمواد البترولية.

-التأكد من وصول وصل التسليم وفواتير الزبائن ذوي الآجال الطويلة إلى المصلحة وإدخالها إلى الحاسوب ليتم معالجتها .

-تحضير الموازنة السنوية للمبيعات المقبلة اعتمادا على ما تم تحقيقه في السنوات السابقة.

-تحضير التقارير اليومية، الأسبوعية والشهرية الخاصة بالبيع.

-التأكد من تسليم المنتجات بنقاط البيع . PVO, PVA, PVS, GD, GL, RD .

-استقبال شكاوى الزبائن والاهتمام بتسوية وضعيتهم.

-تسوية الصكوك المرفوضة من قبل البنوك وحساب الفوائد الناتجة عن تأخر الدفع.

2-2-المراكز التشغيلية: ¹

وهي مراكز التعبئة، أي المكلفة بجلب المواد الخام، وكذا الإنتاج والتوزيع، وتتمثل الصلة المباشرة بين المؤسسة والزبائن، وهي مكلفة أيضا بإعداد وصولات الاستلام، وإعداد جدول (BORD) والذي يحدد الكميات المنتجة، الموزعة، المخزنة، وإرسالها إلى مديرية التوزيع.

وتتمثل المراكز التشغيلية فيما يلي:

مركز التميع بسيدي خالد: وهو الوحدة الإنتاجية الرئيسية على مستوى الفرع حيث يقوم بإنتاج وتوزيع البوتان، البروبان، وسيرغاز، تم إنشاؤه في أبريل 1987 بجنوب ولاية البويرة ببلدية واد البردي، رمزه التسلسلي هو 102.

وتتلخص نشاطاته اليومية فيما يلي:

-نقل البروبان والبوتان من سيدي رزين بالحراش إلى مراكز التميع بسيدي خالد.

¹ مقابلة شخصية لمسؤول بفرع الموارد البشرية في مؤسسة نפטال "GPL" بالبويرة.

-ملئ غاز البترول المميع في قارورات البوتان والبروبان.

-توزيع سيرغاز بمحطات مؤسسة نفضال وبيع البروبان الخام.

-المزج بين البوتان والبروبان للحصول على سيرغاز.

-توزيع البوتان والبروبان على مستوى ولاية البويرة.

-تموين المستودع الرئيسي بالقادرية.

مركز التميع ببني سليمان: يقع غرب ولاية البويرة على مستوى دائرة بني سليمان، حيث يتم فيه تموين البوتان الخام وملئ قارورات B13 و توزيعها على البلديات المجاورة، ورمزه التسلسلي 262.

المستودع الرئيسي بالقادرية: يربط بين المركزين السابقين، ورمزه التسلسلي 103 يتواجد شمال ولاية البويرة بالقادرية، حيث يمتلك قدرة تخزين عالية، تتلخص وظيفته في استقبال قارورات البوتان من كلا المركزين، جزء يخزن وجزء آخر يوزع على مستوى كل من الأخرضية، قرومة، القادرية... إلخ.

المستودع الرئيس بمزغنة: هو حديث النشأة (2013)، (رمزه التسلسلي 263، يتواجد غرب ولاية البويرة، بتابلاط، تتلخص وظيفته في استقبال قارورات البوتان من كلا المركزين.

3-أهداف ومهام غاز البترول المميع لشركة نفضال:

لكل مؤسسة أهدافها الخاصة بها، بالإضافة إلى مهام لا بدّ منها:

3-1-أهداف وحدة GPL : تتمثل في:

-تحسين نوعية الخدمات.

-تغطية السوق بمختلف منتجاتها.

-تجديد و تحديث مرافق التخزين.

3-2-مهام وحدة ال GPL: وتتمثل فيما يلي:

-تنظيم و تطوير نشاطي تسويق و توزيع غاز البترول المميع.

- تخزين ونقل جميع الموارد البترولية المسوقة داخل الولاية.
- تطوير هياكل التخزين والتوزيع لضمان أفضل تغطية لاحتياجات السوق.
- تلبية احتياجات الزبائن من غاز البترول المميع.
- السهر على تطبيق واحترام المعايير المرتبطة بالأمن الصناعي، ومعرفة كيفية الحفاظ على المحيط.
- الحرص على تطبيق القواعد ومراقبة نوعية المنتجات.
- تحسين صورة و نوعية منتجات المؤسسة.
- تسييق عملية دراسة السوق فيما يخص استهلاك الموارد البترولية.
- ضمان صيانة التجهيزات والمعدات.
- العمل من أجل المحافظة على حصتها في السوق.

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة.

المطلب الأول: الاجراءات المنهجية للدراسة.

1-نوع الدراسة و منهجها:

تستدعي كل دراسة منهج مناسب لها، يختلف باختلاف طبيعة الدراسة المراد إنجازها، والمنهج هو الطريقة العلمية التي ينتهجها أي دارس أو باحث في ادرسته وتحليله لظاهرة معينة أو لمعالجته لمشكلة معينة وفق خطط بحث محددة من أجل الوصول إلى المعرفة اليقينية بشأن موضوع الدراسة والتحليل.

كما أنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة من خلال مجموعة من القواعد تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته حتى يصل إلى النتائج.

وبما أننا سنجري ادرسة حول دور الاتصال الحدتي في تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية، ف إن دراستنا هذه تتدرج ضمن الدراسات الوصفية التي تهتم بتصوير ما هو كائن، فهي تصف خصائص الظاهرة ومركباتها وتصف العوامل التي تؤثر عليها والظروف التي تحيط بها وتحدد العلاقات الارتباطية بين المتغى ارت التي تؤثر على تلك الظاهرة.

أما المنهج المناسب لهذه الدراسة فهو المنهج الوصفي الذي يعتمد على ادرسة الواقع أو الظاهرة الموجودة في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها تعبيرا كفييا عن طريق وصف الظاهرة مع بيان خصائصها أو تعبيرا كمييا فيعطينا وصفا رقميا مع بيان مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع غيرها من الظواهر الأخرى.

اضافة الى منهج دراسة الحالة عن غيره من مناهج البحث العلمي بكونه لا يحدد عينة ومجتمع للبحث، بل يختار حالة محددة لتناولها وفحصها بشكل دقيق، وتتم عملية اختيار الحالة للدراسة وفقاً لشروط محددة، للتوافق مع طبيعة الدراسة المختارة لها، وليس بشكل عشوائي ليس من شأنه أن يخدم أهداف الدراسة، إن منهج دراسة الحالة فريد بنوعه بشكل عام عن مناهج البحث العلمي الأخرى، ويلجأ إليه الباحثون في حالة الرغبة في الحصول على نتائج ومعلومات تفصيلية حول فئة محددة.

مفهوم دراسة الحالة:

يمكن تعريف منهج دراسة الحالة بأنه المنهج العلمي الذي يهتم بدراسة كافة الجوانب الخاصة بظاهرة ما، أو التعرف على خصائص حالة ما قد تكون متمثلة في موقف أو فرد أو جماعة يجمعهم عمل أو هواية أو خلافه؛ ويشار إليه في بلد نشأته فرنسا بالمنهج المونجرافي، والذي يقصد به المنهج المختص بتقديم وصف شامل لموضوع محدد.

2-مجتمع الدراسة و العينة:

لكي تكون الدراسة علمية وعملية، ولكي يتم الوصول إلى نتائج واقعية وموضوعية لا بد على الباحث تحديد المجتمع الأصلي للدراسة تحديدا دقيقا وواضحا، كما أن أهمية الموضوع تتطلب فئة لها مكانتها الخاصة وأهميتها في المجتمع كونها عاملة فيها.

ويعرف مجتمع البحث بأنه جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث أو جميع الافراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث، أي أنه كل العناصر التي تنتمي لمجال للدراسة.

كما يعرف بأنه المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث ادرستها لتحقيق نتائج الدراسة ، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر المجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث لدراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته .

ولقد اتبعنا أسلوب المسح الشامل لجمع البيانات الخاصة بالموضوع محل الدراسة وذلك نظرا لصغر حجم مجتمع البحث بمؤسسة نفطال البويرة بالإضافة إلى القدرات المادية والوقت المتاحة.

ويعرف أسلوب المسح الشامل بأنه طريقة جمع البيانات والمعلومات من وعن جميع عناصر أو مفردات مجتمع الدراسة بأساليب مختلفة.

كما يعرف أيضا بالتعداد لكل مفردة من مفردات المجتمع الإحصائي، وذلك بتجميع بعض البيانات المتعلقة ببعض المتغى ارتت عن جميع مفردات المجتمع الأصلي.

3-أدوات جمع البيانات:

هناك عدة أساليب لجمع البيانات، والغرض من هذه الأدوات هو تحويل البيانات النوعية إلى بيانات لايجاد العلاقات بين الأساليب والنتائج كمية يسهل معالجتها إحصائياً، أي قياس الظاهرة محل الدراسة والتعبير عنها رقمياً وتعميم نتائجها على حالات أخرى، وتوجد عدة أدوات لجمع البيانات من المختصين، حيث يختار الباحث الأداة المناسبة للدراسة بناء على عدة معايير منها: نوع الدراسة، همامه باستخدام طبيعة مجتمع الدراسة، ظروف الباحث والوقت المتاح، بالإضافة إلى قدرة الباحث لأداة جمع البيانات.

ويشمل الموضوع محل الدراسة على :

الملاحظة: كأداة رئيسية لا يمكن الاستغناء عنها في أي بحث علمي، وقد اعتمدنا على الملاحظة ل طرح الإشكال القائم بين الاتصال الحدتي والصورة الذهنية للمؤسسة.

المقابلة: وبعد المقابلة أداة أساسية من أدوات جمع البيانات في الدراسات الكمية.

ويعرف المقابلة بأنه نموذج يضم مجموعة أسئلة توجه إلى المبحوثين من أجل الحصول على معلومات حول موضوع أو مشكلة أو موقف ويتم ملؤها مباشرة.

كما يعرف بأنه مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة والمرتبطة ببعضها البعض بشكل يحقق الهدف، أو الأهداف التي يسعى إليها الباحث بتسليط الضوء على موضوعه والمشكلة التي اختارها لبحثه، وترسل الاستفسارات المكتوبة هذه عادة بالبريد، أو أي طريقة أخرى إلى مجموعة من الأفراد أو المؤسسات التي يختارها الباحث كعينة لبحثه، ومن المفروض الإجابة عن مثل تلك الاستفسارات، وتعبئة المقابلة باعادتها إلى الباحث بيانات والمعلومات المطلوبة فيها .

وتضمنت استمارة الدراسة أسئلة متنوعة منها المغلقة، شبه مغلقة، كما تضمنت البيانات الشخصية لمجتمع البحث، حيث سعت الباحثة إلى التعرف على الجنس، السن، المستوى التعليمي، الخبرة المهنية، التخصص، الأقدمية بالإضافة إلى طبيعة الوظيفة.

4-مجالات الدراسة:

الاطار الزمني: طوال فترة السنة الدراسية: 2021/2020.

الاطار المكاني: مؤسسة نفضال بولاية البويرة.

المبحث الثالث: تحليل المقابلة

1 - تحليل المقابلات وعرض النتائج

السمات العامة

الجدول رقم 01: خصائص العينة

سنعرض من خلال هذا الجدول خصائص العينة التي انصبت عليها الدراسة:

| البحوثين | الجنس | السن | التخصص | الرتبة | الاقدمية |
|----------|-------|------|--------------------------------|------------|----------|
| 01 | ذكر | 45 | علوم الاعلام و الاتصال | رئيس مصلحة | 20 سنة |
| 02 | انثى | 36 | إدارة الموارد البشرية | موظف | 13 سنة |
| 03 | ذكر | 38 | الترقية و الدعم التقني | رئيس مصلحة | 17 سنة |
| 04 | انثى | 26 | المحاسبة و المالية | موظف | 03 سنوات |
| 05 | انثى | 32 | البطاقة الوطنية لسجل الحرفي | موظف | 08 سنوات |
| 06 | ذكر | 43 | التأهيل و التكوين | رئيس مصلحة | 20 سنة |

تفسير الجدول:

يمثل هذا الجدول السمات العامة للعينة المدروسة والذي كان عددهم 06 مبحوثين يتمثلون في 04 ذكور و 02 اناث والذين يتراوح سنهم ما بين 20 الى 50 سنة تتمثل تخصصاتهم في (الاتصال ،
تاهيل وتكوين ، موارد بشرية ، المحاسبة و المالية، الترقفو الدعم المالي، البطاقة الوطنية لسجل
الحرفي .) تتوزع رتبهم من موظفين و المكلف بالعلاقات العامة في المؤسسة ، اما اقدمية الموظفين بهذه
المؤسسة فتتراوح من 03 الى 20

2 . تحليل المقابلات:

قمنا بتحليل المقابلات في محور واحد لقلّة الاسئلة.

المحور الاول: واقع الاتصال الحثي في المؤسسة

تمهيد:

في هذا المحور سنقوم بتحليل محتوى المقابلات التي تنظمها المؤسسة وكذلك الخطوات الاكثر اعتمادا فيها ، والتعرف على الهيئة التي تنظم الاحداث، ثم سنتعرف على الاستراتيجية المتبعة لتنظيم الاحداث ، وكيف يتم الاعلان عنها ، وعن الطرق التي يتم الاعلام، الميديا عن هذه الاحداث

المحور الاول: واقع الاتصال الحثي في المؤسسة

س1: هل يوجد اتصال حثي في مؤسساتكم

ج1: نعم يوجد

س2: ما هي الخطوات التي تعتمدونها لتنظيم حدث ما ؟

ج2: الخطوات المتبعة هي :اختيار الموظفين كل على حسب تخصصه، وضع رزمانة للحدث ، الاتصال بالموظفين المعنيين بالمؤتمرات ، وإعالمهم بيوم انطلاق مؤتمرات ، افتتاح مؤتمرات ، تنظيم لقاءات مع الصحافة، تنظيم أيام تحسيسية .

س3 : هل هناك هيئة تعمل على تنظيم الاحداث ؟

ج3: نعم هناك هيئة تعمل على تنظيم الاحداث و المتمثلة في الهيئة المكلفة بالعلاقات العامة بالمؤسسة الاقتصادية نفضال فرع البويرة وكذا مصلحة الاعلام و الاتصال.

المحور الثاني: كيفية القيام بالاتصال الحثي في المؤسسة الاقتصادية نفضال

س1 : ما هي الاستراتيجية المتبعة في تنظيم حدث ما ؟

ج2 : الاستراتيجية المتبعة في تنظيم حدث ما هي: التواصل مع العمال، اتصال مباشر أو اتصال غير مباشر والتركيز على احتياجات الموظفين.

س2: كيف يتم الاعلان عن الحدث ؟

ج2: يتم الاعلان عن الحدث عبر وسائل التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) و الصحافة السمعية (الاذاعة والصحافة السمعية البصرية التلفزيون و المطويات ، ملصقات)

س3: كيف تسمع الميديا عن هذه الاحداث ، التي تنظمونها ؟

ج3: تسمع الميديا عن الاحداث عن طريق قنوات الاتصال (المراسلات، الهاتف، الفاكس، الدعوات).

المحور الثالث: المعوقات و العراقيل التي تواجه الاتصال الحداثي في المؤسسة الاقتصادية نفعال

س1: ما هي المعوقات التي تواجهكم اثر تنظيم الاتصال الحداثي في مؤسستكم؟

ج1: من العراقيل التي تواجهها مؤسستنا قصور المرسل و عدم قدرته على صياغة الرسالة بوضوح و صعوبة تفاعله مع باقي العمال اضافة الى إصدار الأحكام المسبقة تجاه الزبون و عدم قدرته على تخطيط الاتصال.

س2: ما هي العراقيل التي تواجهكم اثر تنظيم الاتصال الحداثي في مؤسستكم؟

ج2: سوء النقاط الرسائل كالتسرع في التأويل المقصود بالحديث اضافة الى عدم الانتباه للحديث ككل والتركيز على عناصر منتقاة، مما يؤدي إلى سوء تفسير المقصود بمضمون العمل

س3: ما هي اشكال الاتصال الحداثي بمؤسستكم؟

ج3: أشكال الاتصال المناسباتي في مؤسسة نفعال ما يعود إلى دور المؤسسة نفسها في المشاركة في تنظيم وتخطيط الأنشطة وتحديد نوع ومكان وزمان الحدث ونوع وعدد المشاركين.. كما يمكن تقسيم المناسبات الخاصة لأحداث كبيرة، وأخرى صغيرة، والمعيار الأساسي في هذا التقسيم هو عدد المشاركين

المبحث الرابع: واقع الاتصال الحداثي في مؤسسة نفعال.

تفسير المقابلة

المطلب الأول: واقع التنظيم المهني للاتصال الحديث داخل مؤسسة نفضال.

-يترتب عن امتداد مؤسسة سونطراك جغرافيا وضخامة مواردها البشرية تعقيدا كبيرا، على مستوى هيكلها التنظيمي الذي يوضح تمركز السلطة بيد الرئيس المدير العام للمؤسسة، وكذا تعدد المستويات الإدارية وبالتالي بعد العملية الإدارية وبعد مراكز القرار عن العمال.

هذا ما يؤدي إلى صعوبة سير العمليات الاتصالية من جهة وصعوبة التحكم فيها من جهة ثانية.

-توكل مؤسسة نفضال استراتيجية الصورة التي الكبرى للاتصال لمديرية الاتصال والتي تنتمي إلى مديرية النشاطات المركزية، التي تحظى بإشراف مباشر من قبل الرئيس المدير العام الأخيرة التابعة لمديرية مؤسسة سوناطراك الدولية.

- استراتيجية الصورة وضح الأهمية البالغة التي توليها موقع مديرية الاتصال وا المؤسسة لقطاع الاتصال بقسميه الداخلي والخارجي، غير أن عدد العاملين بهذه المديرية غير كاف لأداء المهام الاتصالية بالمؤسسة. لاسيما إذا ما قورن بحجم المؤسسة وضخامة نشاطاته.

المطلب الثاني: عراقيل و معوقات الاتصال الحديث في مؤسسة نفضال.

معوقات متعلقة بالمرسل:

تتمثل في:

- قصور المرسل و عدم قدرته على صياغة الرسالة بوضوح.
- صعوبة تفاعله مع الآخرين.
- إصدار الأحكام المسبقة تجاه المستقبل.
- عدم قدرته على تخطيط الاتصال.
- عدم الاكتراث بالنتيجة أو بالأثر المنتظر من عملية الاتصال

معوقات متعلقة بالرسالة:

قد تتضمن الرسالة التي تم إرسالها بعض الأخطاء بعض المواد التي تقلل من وضوح الموضوع، وينتج عن ذلك أن تصبح الرسالة المستقبلية على درجة من عدم التيقن يطلق عليه التشويش، مثلما يحدث في العوائق التي ترتبط بالموثرات الخارجية مثل الضوضاء وارتفاع درجة الحرارة وشدة البرودة، والتي تحول دون إمكانية حدوث الاتصال بصورة جيدة .

معوقات متعلقة بالمستقبل:

هناك بعض المعوقات المتعلقة بالمستقبل منها:

- سوء التقاط الرسائل كالتسرع في التأويل المقصود بالحديث.
- عدم الانتباه للحديث ككل والتركيز على عناصر منقاة، مما يؤدي إلى سوء تفسير المقصود بالرسالة.

معوقات متعلقة بالوسيلة:

تتمثل المعوقات التي تعترضها في:

- الاختيار الخاطئ للوسيلة، حيث تفشل عملية الاتصال برمتها عندما يتم اختيار وسيلة اتصال غير ملائمة أو ضعيفة، أو غير متكاملة أو غير متجانسة.
- الاستخدام الخاطئ للوسيلة، حيث قد تتوافر لدى الأفراد أو المؤسسات وسائل اتصال متعددة، تقليدية، وإلكترونية مثلا ويتم استخدامها بأسلوب سيئ إما بسبب الجهل، أو الإهمال أو سوء الإدارة.
- بعد المسافة التنظيمية أو تعدد المستويات الإدارية في المنظمة.
- ازدحام واختناق قنوات الاتصال.
- سوء وضعف وسيلة الاتصال التي تؤدي إلى تشويه عملية الاتصال أو إضعافها.

معوقات متعلقة بالتغذية العكسية:

يمكن إيجازها في :

- الافتقار إلى متابعة سير عملية الاتصال، وعدم الاكتراث بالنتائج المرجوة منها.
- افتراض المرسل بأن التغذية العكسية غير ضرورية، وهذا ما يحصل في ظل الإدارات الديكتاتورية التي تفترض الالتزام الحرفي بالتعليمات دون أي مناقشة.
- ضعف بنى الاتصال التحتية، أو سوء تصميمها بحيث تكون باتجاه واحد وليس اتجاهين.
- تعالي مرسل الرسالة على المستقبل وعدم الاستئناس بأراءه، وتحصل هذه الحالات في الإدارة البيروقراطية أو الديكتاتورية التعسفية.

كما يمكن تلخيص معوقات الاتصال في النقاط التالية:

- التباين في الإدراك والمستوى بين المرسل والمستقبل.
- الشرود وعدم الانتباه الذي يعني عدم الرغبة في التفاعل مع الرسالة.
- الافتراض المسبق وبنجم هذا عن افتراض المرسل بأن المستقبل يستوعب الرسالة، فلا يفصل بصورة كافية في بعض الجوانب المهمة، ولا يقدم الأدلة الضرورية لتوضيح مقاصده.
- العرض المختل للرسالة أي بصورة غير منظمة وغير مترابطة، فيؤدي ذلك إلى تشويش المتلقي وعدم فهمه أو إفهامه.
- إغلاق قنوات الاتصال عن طريق منع المشارك في الاتصال من محاوره المرسل بصورة متكافئة، فالحوار يساعد على إقامة جسور تصل بينهما .
- العقبات الإدارية الناتجة عن ضعف الهياكل التنظيمية أو جمودها، ما يضعف عملية التدفق السليم للرسائل.

المطلب الثالث: أشكال الاتصال الحدي في مؤسسة نفضال

يأخذ الاتصال المناسباتي أشكالاً عدة، في مؤسسة نفعال وتقسّم 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 في مؤسسة نفعال ما يعود إلى دور المؤسسة نفسها في المشاركة في تنظيم وتخطيط الأنشطة وتحديد نوع ومكان وزمان الحدث ونوع وعدد المشاركين.. كما يمكن تقسيم المناسبات الخاصة لأحداث كبيرة، وأخرى صغيرة، والمعيار الأساسي في هذا التقسيم هو عدد المشاركين، فمثلاً المشاركون في حلقة دراسية لا يتجاوز عددهم 20 شخصاً، بينما في الأحداث والمناسبات الكبيرة تتجاوز الأعداد المئات.

ومن المناسبات الخاصة ما ينظم على المستوى المحلي، ومنها على المستوى الإقليمي، ومنها على المستوى الدولي وحسب هذا التصنيف فإن عملية التخطيط الحدث تختلف عن حدث محلي وآخر إقليمي، وآخر دولي، فالمؤتمرات الإقليمية والدولية تحتاج لوقت أطول، وجهد أكبر، وعدد أكبر من المنسقين، وبالتأكيد فإن التكلفة تكون كبيرة.

وهناك تقسيم آخر بحسب المدة التي يستغرقها الاتصال المناسباتي، فمنها أحداث تستمر لدقائق وأخرى لساعات وأخرى لأيام، لا تزيد عن أسبوعين، وإن زادت عن ذلك، فإنه من الضروري على المؤسسة المنظمة أن تنظم مناسبة خاصة لبدائها وأخرى لنهايتها، وذلك لأن 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 والآخر بما يلي:

•المؤتمرات.

•المعارض.

•المناسبات السنوية.

·الاحتفالات والمهرجانات.

·الندوات

·ورش العمل

·المحاضرات

·الحلقات الدراسية

·مجموعات التركيز.

·المسابقات

الختامة

خاتمة:

نستخلص من خلال هذه الدراسة الميدانية المعنونة بواقع الاتصال الحداثي في المؤسسة الاقتصادية نفعال بولاية البويرة، إلا أن الاتصال الحداثي له أهمية بالغة في تسيير وتنظيم الأحداث التي تتكفل بها المؤسسة الاقتصادية، هذه الأخيرة التي تشهد تطوراً كبيراً في شتى المجالات، وخصوصاً مجال الاتصال، فجاحها وتحقيق أهدافها مرتبط بمدى استغلالها المناسب للاتصال الحداثي، الذي يعتبر أداة مميزة في الاتصال المؤسسي باعتماد مجموعة من الوسائل المنسجمة وطبيعة الحدث.

هذه العلاقة الوطيدة بين الاتصال الحداثي والمؤسسة الاقتصادية نفعال بولاية البويرة تساهم بشكل مباشر في تحسين العلاقات مع الجماهير، وزيادة الفرص لعرض أفكارهم ونشاطاتهم، وهذا ما يدفع إلى الإنتاج والتطور وتحقيق المشاريع، كما يحافظ على هيئة المؤسسة.

لهذا وجب على المؤسسة الاقتصادية نفعال بالبويرة تعزيز الاتصال الحداثي على جميع المستويات، وذلك بتخصيص ميزانية للأنشطة الممارسة مما يساهم في التنظيم الجيد للأحداث، وكذلك يمكن تدريب المشاركين على هذه العمليات ليتوسع بشكل أكبر في المؤسسات الاقتصادية الأخرى، من أجل ضمان سيرورتها و إيصال الرسالة المرجوة إلى مختلف المشتركين والعملاء و المستهدفين في احسن صورة، و هذا ما يعرف بالتواصل البشري.

مما يعكس انطباعات ايجابية ونتائج مرضية على مختلف الأصعدة.

نتائج الدراسة

قد خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج لعل أبرزها:

-تعتمد مؤسسة نفعال بالبويرة في اتصالها الحداثي على عدة تقنيات تختلف باختلاف الجهة المنظمة للحدث، الجمهور المستهدف وكذا الهدف المرجو من العملية الاتصالية. وتصدرت الصالونات وإطلاق منتج جديد بالإضافة إلى الرعاية قائمة التقنيات الأكثر استخداماً في مؤسسة نفعال، كما سجلت الدراسة علاقة قوية بين خصوصية المنطقة ومعدلات استخدام تقنيات الاتصال الحداثي فيها.

-كما توصلت الدراسة إلى أن آليات الاتصال الحداثي متغيرة بتغير التقنية المختارة، ومن أبرز الآليات المستخدمة نجد: ديكورات، فوتوغرافي، وفيديوغرافي، الدعائم الرقمية، وسائط الاتصال التقليدية، الوسائل اللوجستية.

-أما عن الصعوبات التي تواجه الاتصال الحداثى فى مؤسسه نفضال فسجلت الدراسة الصعوبات الأتية:
سوء برمجة تواريخ الأحداث التي تنظمها المؤسسة، عدم إعلام الجمهور بدقة عن التاريخ ومكان تنظيم
الحدث.

ضعف مستوى مشاركة الجهات الفاعلة، وغياب قياس أثر استخدام أي تقنية وآلياتها.

التوصيات:

تصل الدراسة إلى جملة من التوصيات

لعل ابرزها يكمن فى ضرورة متابعة وقياس الأحداث التي تنظمها المؤسسة عبر مختلف مراحل الحدث
من خلال: إنشاء أقسام للاتصال الحداثى على مستوى كل المديريات الجهوية لمؤسسة نفضال وأن لا
تقتصر على المديرية العامة، على أن تُوكل مهمة المتابعة والقياس إلى مختصين فى الاتصال الحداثى.
وختاماً تؤكد الدراسة على أن الاتصال الحداثى ضرورة ملحة وجب تطبيقه وتعميمه على كافة المؤسسات
الجزائرية ليظل الحدث المؤسساتى فى ذاكرة المؤسسة مسجلاً وفى ذاكرة الجمهور متصلاً.

قائمة المصادر و المراجع

قائمة المصادر و المراجع:

باللغة العربية:

❖ المعاجم و القواميس:

1- لمنجد في اللغة العربية المعاصرة، 2001

2- معجم مدرسي، المصور، 2000 ، .

❖ الكتب:

1- أحمد محمد المصري ، الادارة الحديثة ، مؤسسة شباب الجامعة ، الاسكندرية 2000 ، .

2- بسام عبد الرحمن الجرادية: إدارة العالقات العامة، ط1 ، دار أسامة، عمان-الأردن،
2013 ، .

3- بشير العالق: نظريات الاتصال (مدخل متكامل) د ط، دار اليازوري، عمان، الأردن،
2010 ، .

4- تامر بكري: الاتصالات التسويقية والترويج، ط1 ، دار ومكتبة الحامد، عمان، ، 2006 .

5- جمال مجاهد وآخرون: مدخل إلى الاتصال الجماهيري، د ط، دار المعرفة، الإسكندرية-
مصر، 2010 ، .

6- خضرة عمر المفلح: الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة، ط1 ، دار الحامد، ،
الأردن-عمان، 2015 ، .

7- د. بهاء الدين محمد مزيد، " المجتمعات الافتراضية بديلاً للمجتمعات الواقعية /كتاب
الوجوه نموذجاً"، جامعة الإمارات العربية المتحدة، 2012م.

8- د. هاشم حمدي ر ا: إدارة العالقات العامة والبروتوكولات، ط1 ، دار الراية، الأردن-
عمان، 2011، .

9- د.علي محمد رحومة،((الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية))، بيروت، مركز
دراساتالوحدة العربية، 2007م، .

10- ريم مصطفى الدبس: مبادئ الاتصالات، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع،
الأردن-عمان، ص 9-10، 2014.

- 11- صالح خليل أبو أصبع: الاتصال والعالم في المجتمعات المعاصرة، ط5، دار ماجد الوبي، 2006.
- 12- صونيا محمد البكري، إبراهيم سلطان، المعلومات الإدارية ونظم المعلومات الإدارية (مفاهيم أساسية)، الدار الجامعية الإسكندرية، ط 2، 2001 .
- 13- عبد الفتاح محمد دويدات ، سيكولوجيا السلوك الانساني بيروت ،دار النهضة العربية، 1995.
- 14- عبد الفتاح محمد دويدات ، سيكولوجيا السلوك الانساني بيروت دار النهضة العربية 1995.
- 15- عيشوش فريد، محمد صاحب سلطان: مبادئ الاتصال -الأسس والمفاهيم، ط1، دار المسيرة ، عمان-الأردن، 2014 .
- 16- كمال خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والعالم(التطور، خصائص، نظريات)، ط1، دار المسيرة، عمان، الاردن، ، 2014.
- 17- محمد سيد فهمي الاتصال في إدارة الأزمات، دط، دار الخلدونية، 2011 ،الجزائر،.
- 18- محمد سيد فهمي: فن الاتصال في الخدمة الاجتماعية، د ط، دار الوفاء ، الإسكندرية، 2006 .
- 19- محمد صاحب سلطان: مبادئ الاتصال -الأسس والمفاهيم، ط1، دار المسيرة ، عمان-الأردن، 2014.
- 20- محمد يوسف عقله: إدارة الأفراد، ط1 ، دار البداية، عمان، 2011 .
- 21- مقابلة شخصية لمسؤول بفرع الموارد البشرية في مؤسسة نפטال " GPL" بالبويرة.
- 22- موفق حديد محمد، الإدارة -المبادئ والنظريات والوظائف - الحامد للنشر والتوزيع، ط01، عمان، 2000 .
- 23- ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، 1998.
- 24- نجلاء محمد الصالح: مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية (الأسس النظرية والعلمية)، ط1 ،دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان الأذن، 2012 .

25- هادي نهر، محمد محمود الخطيب: إدارة الاتصال والتواصل (النظريات-

العمليات-الوسائط-الكفايات)، عالم الكتب الحديث، الأردن، 2009 .

26- هناء حافظ بدوي : الاتصال بين النظرية والتطبيق ، المكتب الجامعي الحديث

الإسكندرية 2003.

❖ المدكرات و الرسائل الجامعية:

27- المؤسسات السياسية و الثقافية، رسالة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص

اتصال وعلاقات عامة، جامعة قسنطينة 03 ،غير منشورة، 2015-2016 ،ص:94-

. 95

28- سعيد عيمر : الاتّصال في المنشأة (فرع قسنطينة التابع لسونلغاز)، مذكرة

مقدّمة لنيل شهادة ماجستير، قسنطينة، 2002 .

29- طاهر أجغيم، واقع الاتصال في المؤسسات الجزائرية،) مذكرة دكتوراه غير

منشورة،) كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسنطينة، 2005-2006 ،ص:201.

❖ المحاضرات:

1- محاضرات الأستاذ كساب، مقياس تسيير المخزون، السنة الجامعية 2000-2001.

❖ المقابلات:

1- مقابلة شخصية لمسؤول بفرع الموارد البشرية في مؤسسة نפטال "GPL" بالبويرة.

2- مقابلة شخصية مع مسؤول بمؤسسة نפטال "GPL" بالبويرة.

باللغة الأجنبية:

1. Alex muchielli science de l'information et de la communication ;édition hachette paris ,2001 ,p 85.
2. Anthony Babkine. Adrien rosier . Réussir l'organisation d'un événement . Eyrolles éditions d'organisation. 2011. P04.

3. Bayrlski pauline. Henneron Hélène et autres. Comment réaliser une bonne communication  v enementielle ? université lille. 2011. P09.
4. Bayrlski pauline. Henneron Hélène et autres. Ibid. p 09.
5. Charles Scibetta et autres. Projets de communication conduite et vente. 2^{ me} édition. ARMAND-COLIN. P213.
6. REUZEAU M., Economie d'entreprise, Ed ESKA , Paris ,1993, p 71.
7. Thierry Libaert. Karine Johannes ; La communication Corporate . Dunod . Paris 2010. P104.
8. Thierry Libaert. Karine Johannes ; op cit . p105.

الملاحق

ملحق رقم 01

دليل المقابلة جامعة اكلي محند اولحاج

-البويرة-

كلية العلوم الاجتماعية قسم العلوم الانسانية شعبة الاعلام و الاتصال

تخصص اتصال و علاقات عامة

دليل المقابلة

في إطار انجاز مذكرة لنيل شهادة الماستر في الاعلام و الاتصال تحت عنوان واقع الاتصال الحديث في المؤسسة الاقتصادية.

دراسة ميدانية المؤسسة الاقتصادية نفضال لولاية البويرة، يرجى التكرم و الاجابة على الاسئلة بكل صدق و دقة

ونعدكم أن المعلومات المستوفاة لن تستعمل الا لغرض البحث العلمي، وشكرا لكم على حسن تعاونكم.

من إعداد الطالبة:

مشهود رشيدة

تحت إشراف:

دينواري عائشة

2020 – 2021

السميات العامة:

الجنس : ذكر أنثى

المستوى التعليمي: متوسط ثانوي جامعي

.....:التخصص

الرتبة: مدير رئيس مصلحة موظف عون أمن تقني

طبيعة العمل: ميداني إداري

المحور الاول: واقع الاتصال الحداثي في المؤسسة

س1: هل يوجد اتصال حداثي في مؤسساتكم

س2: ما هي الخطوات التي تعتمدونها لتنظيم حدث ما ؟

س3 : هل هناك هيئة تعمل على تنظيم الاحداث ؟

المحور الثاني: كيفية القيام بالاتصال الحداثي في المؤسسة الاقتصادية نفعال

س1 : ما هي الاستراتيجية المتبعة في تنظيم حدث ما ؟

س2 : كيف يتم الاعلان عن الحدث ؟

س3 : كيف تسمع الميديا عن هذه الاحداث ، التي تنظمونها ؟

المحور الثالث: المعوقات و العراقيل التي تواجه الاتصال الحداثي في المؤسسة الاقتصادية نفعال

س1: ما هي المعوقات التي تواجهكم اثر تنظيم الاتصال الحداثي في مؤسساتكم؟

س2: ما هي العراقيل التي تواجهكم اثر تنظيم الاتصال الحداثي في مؤسساتكم؟

س3: ما هي اشكال الاتصال الحداثي بمؤسساتكم؟