وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الدكتور يحي فارس
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: علوم الإعلام و الإتصال
تخصص :إتصال وعلاقات عامة

# أثر مهارات الإتصال في دعم أنشطة العلاقات العامة

دراسة إستطلاعية بمؤسسة إتصالات الجزائر فرع البرواقية

**مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الإتصال**

**تخصص إتصال و علاقات عامة**

**إعداد الطلبة :**

**أحمد قنتور**

**مريم تلمساني**

**إشراف الأستاذ:**

**د. فار كمال**

السنة الجامعية 2020/2019

بسم الله الرحمان الرحيم

## إهداء

إهداء وصلت رحلتي الجامعية بعد تعب ومشقة.... وها أنا ذا أختتم بحث تخرجي بكل همة و نشاط.... إلى الإنسان الذي علمني كيف يكون الصبر طريقا للنجاح...السند و القوة .... والدي الحبيب الذي أطال الله في عمره

إلى من أفضلها على نفسي ولما لا فقد ضحت من أجلي و لم تدخر جهدا في سبيل إسعادي على الدوام ( أمي العزيزة )

إلى جميع أفراد أسرتي (قنتور . ساقي ) كل بإسمه

إلى جميع أصدقائي ومن وقف بجانبي وساعدوني بكل ما يملكون وفي أصعدة كثيرة (فتوح البشبوش. نسيم ميلانو . ياسين مانيني. عادل. وائل ـ نهيدة )

إلى من أتشرف و أعتز بإشرافه على إتمام هذا العمل...

الأستاذ كمال فار.

إلى الارواح التي فارقتنا يوما و أحزننا رحيلهم إلى من مزق قلوبنا فراقهم أختنا الغالية حسناوي منال رحمك الله برحمته الواسعة و أسكنك فسيح جناته

## اهداء

إلى من جاهد وقاسى من أجل سعادة أبنائه...إلى الأب العظيم الذي لولاه ما كنت أنا...

ليمد الله في عمرك ويحفظك لي سندا دائما في هذه الحياة...

والدي الحبيب عثمان.

إلى من تعجز الكلمات عن وصفها...إلى رمز العطاء اللامحدود ....

إلى من إحتضنتني صغيرة.... وصادقتني كبيرة.... أمي الغالية عتيقة

الى من أسعد لسعادتهم وأفتديهم بروحي....إخوتي محمد و أسامة وفلذة كبدي محمد سيف الدين.

إلى من وقف بجانبي خطوة بخطوة وكان دعما لي لأتغلب على جميع المصاعب وأبلغ

طريق النجاح...إلى من شاركني الحياة بحلوها ومرها ...

زوجي الغالي.

إلى نبض قلبي وخليلتي ...رحمك الله وجعلك في الفردوس الأعلى ...

أختي منال ،وأمي سامية .

إلى من كانوا دعما لي وسندا دائما في هذه الحياة...إلى من أعتز بوقوفهم بجانبي...

عائلتي و صديقتي فلة وعائلة زوجي ...

وأخيرا وليس أخيرا ...إلى الإنسان الرائع...إلى من أقف مذهولة أمام أخلاقه ...

وانهل من عمله ...إلى من أتشرف و أعتز بإشرافه على إتمام هذا العمل...

الأستاذ كمال فار.

وأخيرا إلى كل من رافقني في مشواري الدراسي...

زميلاتي سامية ،سهيلة ، أميرة ... زملائي نسيم ، محمد ،أحمد....



## كلمة شكر

أتقدم بالشكر الجزيل والحمد الكثير في الأول والأخير للخالق تبارك وتعالى والذي بعونه ومشيئته تم انجاز هذه المذكرة. كما أتقدم بأسمى معاني الشكر والتقدير إلى أستاذي الفاضل الدكتور «فار كمال » التي تفضل بقبول الإشراف علينا ولما بذله معنا من جهد جهيد وتوجيه رشيد ورأي سديد، فله عظيم الشكر وخالص المتنان والتقدير

ملخص الدراسة باللغة العربية:

تمثلت مشكلة الدراسة في أثر مهارات الاتصال في دعم أنشطة العلاقات العامة بالمؤسسة "مؤسسة اتصالات الجزائر بالبرواقية " والأسباب التي دفعت بنا لاختيار هذا الموضوع هي الدافع المعرفي لحب المعرفة والاطلاع وتقديم دراسة تترجم فعليا مجهوداتنا ومهاراتنا العلمية التي تحصلنا عليها طيلة سنوات الدراسة ، وكذا إهمال دور العلاقات العامة داخليا في العديد من المؤسسات والتركيز على دورها مع الجمهور الخارجي. اعتمدنا في دراستنا لبلوغ الأهداف المرجوة على مجموعة من التساؤلات تتمثل في التساؤل الرئيسي ما هو أثر مهارات الاتصال في دعم أنشطة العلاقات العامة بالمؤسسة الخدماتية اتصالات الجزائر ؟ وتساؤلات فرعية كالأتي:

1-ما هي طبيعة العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر فرع البرواقية؟

2-هل تتوفر المهارات الاتصالية اللازمة لدى القائمين بالعلاقات العامة ؟

3-ما هي جملة الأساليب و الوسائل الإتصالية المستخدمة لدعم أنشطة العلاقات العامة؟

4 -ما هو دور مهارات الاتصال في دعم أنشطة العلاقات العامة بمؤسسة إتصالات الجزائر فرع البرواقية؟

ومن اجل الإجابة على إشكالية بحثنا تم الاعتماد في هذا البحث على المنهج "الوصفي" وهذا لكونه الأكثر ملائمة لموضوع الدراسة، واعتمدنا على المقابلة واستمارة الاستبيان كأدوات لجمع البيانات . وقد قمنا باختيار مجتمع بحثنا في هذه الدراسة بناءا على إبراز طبيعة المجتمع في حد ذاته والمتمثل في كل الموظفين في مؤسسة اتصالات الجزائر-البرواقية - . وعليه قمنا باختيار كافة العاملين "الموظفين" في مؤسسة اتصالات الجزائر بمدينة البرواقية وهو المسح الشامل وقد أوصينا في دراستنا بمجموعة من التوصيات والمقترحات من أهمها : الاعتراف بأهمية دور العلاقات العامة وضرورة الالتزام بنظام علمي في استخدام التحفيز من خلال تقديم مكافآت وترتيبات تحفز الموظفين على انجاز مهامهم بفاعلية وكفاءة. والعمل على إبتكار وسائل إتصالية جديدة على تنشيط التعاون بين العمال و إبراز قدراتهم ، أيضا توفير الأغلفة المالية اللازمة حتى يتمكن المكلف بالعلاقات العامة من أداء عمله و تطبيق برنامجه كما ينبغي تخصيص مساعدين كثر للمكلف بالعلاقات العامة.

**Resumé au français :**

La problématique de l'étude a été représentée dans l'impact des compétences en communication dans l'accompagnement des activités de relations publiques de l'institution << Algérie Télécom à Berroughia » et les raisons qui nous ont poussé à choisir ce thème sont le motif cognitif de l'amour du savoir et du savoir et présenter une étude qui traduit réellement nos efforts et les compétences scientifiques que nous avons acquises tout au long des années d'études, ainsi que négliger le rôle des relations publiques en interne dans de nombreuses institutions et se concentrer sur son rôle avec le public externe. Dans notre étude, pour atteindre les objectifs souhaités, nous nous sommes appuyés sur un ensemble de questions représentées dans la question principale Quel est l'impact des compétences en communication dans le soutien des activités de relations publiques de l'organisation de services d'Algérie Télécom ? Et les questions subsidiaires suivantes :

1- Quelle est la nature des relations publiques à Algérie Télécom, branche Al-Brouaqia?

2-Les responsables des relations publiques ont-ils les compétences nécessaires en communication?

3- Quels sont l'ensemble des méthodes et moyens de communication utilisés pour soutenir les activités de relations publiques ?

4-Quel est le rôle des compétences en communication dans laccompagnement des activités de relations publiques de la Société Algérie Telécom, a berrouaghia

Afin de répondre à la problématique de notre recherche, dans cette recherche, nous nous sommes appuyés sur l'approche "descriptive", car c'est la plus appropriée au sujet de l'étude, et nous nous sommes

appuyés sur l'entretien et le questionnaire comme outils de collecte de données. . Nous avons choisi je la communauté de notre recherche dans cette étude basée sur la mise en évidence de la nature de la communauté en soi, qui est représentée dans tous les employés de la Société Algérie Télécom- Al-Barwaqiah. En conséquence, nous avons sélectionné tous les ouvriers « salariés » d'Algérie Télécom dans la ville d'Al-Brouaqia, ce qui constitue une enquête exhaustive de manière efficaceet efficiente. Et travailler à imaginer de nouveaux moyens de communication pour activer la coopération entre les travailleurs et mettre en valeur leurs capacités, ainsi qu'à fournir les enveloppes financières nécessaires pour que la personne en charge des relations publiques puisse effectuer son travail et mettre en ceuvre son programme, et de nombreux assistants devraient être alloués au contribuable. avec les relations publique.

**مقدمة**

أصبح الاتصال في حياة المجتمعات يلعب دورا كبيرا فالاتصال أصبح يعتبر حلقة وصل بين الأفراد والجماعات والمؤسسات يحتاج إلي توضيح ،حيث أصبحت العمليات الاتصالية عمليات متداخلة فيما بينها ومعقدة من حيث أصبحت تعرف بالتعقد والسرعة الفائقة ومع أراء بعض الباحثين والعلماء لأهمية الدور الذي يقوم به الاتصال كعنصر مهم يؤثر على مجال العلاقات العامة من بين هذه العلاقات العلاقات الاجتماعية التي تكون على مستوى إدارة المؤسسة حيث خصصت له الكثير من الدراسات النظرية والميدانية في كل دول العالم ،بأهمية الاتصال فنجاح أي مؤسسة مرتبط بعامل سياستها الاتصالية وقدرتها على تحقيق التفاعل والتواصل داخل أي منظومة وقدرتها على تلبية مصالح الأفراد كل هذا يعود إلي قوة تأثير وسائل الأعلام وتأثيرها وتسيرها من جهة أخرى ، حيث الحاجة إلي إيجاد آليات اتصالية تعتمد عليها المؤسسات من أجل ضبط تعاملاتها.

فالعلاقات العامة في المؤسسات الخدماتية الجزائرية تعتبر وظيفة حديثة لم ترقى بعد إلى المستوى الذي وصلت إليه الدول المتقدمة، وهذا نظرا لغموض مفهومها ووظائفها وصلاحيتها الموكلة، كل ذلك ولد حاجة ماسة في الدول النامية من بينها الجزائر إلى إنشاء قسم مختص يحافظ على العلاقة بين المؤسسة و جمهورها، يطلق عليه قسم العلاقات العامة التي تعتبر من أهم الوظائف التي يمكن أن تحدد مركز نجاح المؤسسة، وبهذا فحاجة المجتمع إلى نشاط العلاقات العامة أصبح ضروري حيث أن هذا النشاط يدرس الجمهور الداخلي للمؤسسة ويرمي إلى تحقيق الأهداف المسطرة لها ونظرا لهذه الأهمية التي يكسبها وجود العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية الجزائرية، بالإضافة إلى توفر بعض الأسباب الموضوعية والذاتية،جاءت هذه الدراسة لمعرفة واقع مهارات الإتصال في دعم أنشطة العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية الجزائرية مع اتخاذ مؤسسة اتصالات الجزائر - ولاية المدية - فرع البرواقية - للدراسة والبحث والتحليل.

**خطة الدراسة**

مقدمة

## الإطار المنهجي للدراسة

تحديد الإشكالية

التساؤلات

أسباب اختيار الموضوع

أهمية و أهداف الدراسة

مصطلحات الدراسة

منهج الدراسة

مجتمع البحث والعينة

أدوات جمع البيانات

الدراسات السابقة

## الإطار النظري للدراسة

### الفصل الأول : مدخل مفاهيمي حول الإتصال و مهارات الإتصال

**المبحث الأول : ماهية الإتصال**

المطلب الأول : تعريف الإتصال

المطلب الثاني : أنواع الإتصال

المطلب الثالث : وظائف الإتصال

المطلب الرابع : أهمية الإتصال

**المبحث الثاني : مهارات الإتصال**

المطلب الأول: تعريف مهارات الإتصال

المطلب الثاني: مهارة الحديث و الإستماع

المطلب الثالث : مهارة الكتابة و إدارة الإجتماعات

المطلب الرابع : مهارة الإتصال الرقمي

خلاصة الفصل

**الفصل الثاني : ماهية العلاقات العامة**

**المبحث الأول : مفهوم العلاقات العامة**

المطلب الأول : تعريف العلاقات العامة

المطلب الثاني : مبادئ العلاقات العامة

المطلب الثالث: أنواع العلاقات العمة

المطلب الرابع : وظائف العلاقات العامة

**المبحث الثاني : تنظيم و إدارة العلاقات العامة**

المطلب الأول : وسائل الإتصال في العلاقات العامة

المطلب الثاني : التنظيم الإداري للعلاقات العامة

المطلب الثالث : الشروط الواجب توفرها في رجال العلاقات العامة

خلاصة الفضل

**الإطار التطبيقي للدراسة**

## الفصل الثالث : دور مهارات الإتصال في دعم أنشطة العلاقات الخاصة بمؤسسة إتصالات الجزائر بالبرواقية

### المبحث الأول :التعريف بميدان الدراسة

المطلب الأول :التعريف بمؤسسة إتصالات الجزائر– فرع البرواقية–

المطلب الثاني :الهيكل التنظيمي لمؤسسة إتصالات الجزائر– فرع البرواقية–

المطلب الثالث :أهداف مؤسسة إتصالات الجزائر– فرع البرواقية–

المطلب الرابع : مهام إدارة العلاقات العامة بمؤسسة إتصالات الجزائر– فرع البرواقية–

**المبحث الثاني : تحليل بيانات الدراسة و نتائجها**

المطلب الأول : عرض و تحليل البيانات

المطلب الثاني : نتائج الدراسة

المطلب الثالث : توصيات الدراسة

خاتمة

قائمة المصادر و المراجع

الفهرس

الملاحق

## مقدمة

أصبح الاتصال في حياة المجتمعات يلعب دورا كبيرا فالاتصال أصبح يعتبر حلقة وصل بين الأفراد والجماعات والمؤسسات يحتاج إلي توضيح ،حيث أصبحت العمليات الاتصالية عمليات متداخلة فيما بينها ومعقدة من حيث أصبحت تعرف بالتعقد والسرعة الفائقة ومع أراء بعض الباحثين والعلماء لأهمية الدور الذي يقوم به الاتصال كعنصر مهم يؤثر على مجال العلاقات العامة من بين هذه العلاقات العلاقات الاجتماعية التي تكون على مستوى إدارة المؤسسة حيث خصصت له الكثير من الدراسات النظرية والميدانية في كل دول العالم ،بأهمية الاتصال فنجاح أي مؤسسة مرتبط بعامل سياستها الاتصالية وقدرتها على تحقيق التفاعل والتواصل داخل أي منظومة وقدرتها على تلبية مصالح الأفراد كل هذا يعود إلي قوة تأثير وسائل الأعلام وتأثيرها وتسيرها من جهة أخرى ، حيث الحاجة إلي إيجاد آليات اتصالية تعتمد عليها المؤسسات من أجل ضبط تعاملاتها.

فالعلاقات العامة في المؤسسات الخدماتية الجزائرية تعتبر وظيفة حديثة لم ترقى بعد إلى المستوى الذي وصلت إليه الدول المتقدمة، وهذا نظرا لغموض مفهومها ووظائفها وصلاحيتها الموكلة، كل ذلك ولد حاجة ماسة في الدول النامية من بينها الجزائر إلى إنشاء قسم مختص يحافظ على العلاقة بين المؤسسة و جمهورها، يطلق عليه قسم العلاقات العامة التي تعتبر من أهم الوظائف التي يمكن أن تحدد مركز نجاح المؤسسة، وبهذا فحاجة المجتمع إلى نشاط العلاقات العامة أصبح ضروري حيث أن هذا النشاط يدرس الجمهور الداخلي للمؤسسة ويرمي إلى تحقيق الأهداف المسطرة لها ونظرا لهذه الأهمية التي يكسبها وجود العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية الجزائرية، بالإضافة إلى توفر بعض الأسباب الموضوعية والذاتية،جاءت هذه الدراسة لمعرفة واقع مهارات الإتصال في دعم أنشطة العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية الجزائرية مع اتخاذ مؤسسة اتصالات الجزائر - ولاية المدية - فرع البرواقية - للدراسة والبحث والتحليل .

# الإطار المنهجي للدراسة

**إشكالية الدراسة :**

تعتبر العلاقات العامة من أبرز اهتمامات كل الإدارات و المؤسسات ،إذ يعتبر حسن استخدامها بمثابة القوة الداعمة التي تستطيع من خلالها أي مؤسسة كانت أن تنعم بتحقيق أفضل النتائج التي تساهم بدورها في زيادة أرباحها من جهة ، و جهة أخرى تحسين صورتها الذهنية من جهة

سواء الداخلية أو الخارجية التي تؤدي بدورها إلى زيادة الأرباح، فيجب على المؤسسات دوما السعي وراء اكتساب التفهم و الدعم و التأييد من جانب العملاء.

و في هذا الإطار فإن الحديث عن العلاقة العامة وجب علينا التطرق إلى دور الاتصال و أهميته في ذلك حيث أصبحت كل المؤسسات الحكومية كانت أو الخاصة تستعين بخدمات القائمين بالاتصال في العلاقات العامة للعمل على رسم الصورة الذهنية الطيبة عن مؤسساتهم و المساهمة في انتشار المؤسسة وكسب ثقة العملاء و جذب المستثمرين فلا بد من الاستفادة في ذلك من كل مهارات الاتصال و توظيفها بالشكل المناسب لتحقيق الأهداف المرجوة ، و أثرها الواضح والملموس على مجريات الحياة بصورة عامة وعلى الأنشطة الاتصالية في مجال الإعلام والعلاقات العامة بصورة خاصة.

فتعتبر مهارات الاتصال المستخدمة في الحياة العملية، هي تلك التي ينقل بموجبها الشخص أفكارا أو مفاهيم أو معلومات لشخص آخر عن طريق رسائل كتابية أو شفهية التي تعتمد على لغة الجسد ، و تلعب تلك المهارات دوراً رئيسياً في الترويج للعلاقات العامة التي نشاطا قويا يساهم بدور حيوي في النجاح المؤسسي، إذ كل ما تقوم به المؤسسة من أعمال له تأثيرات بعيدة المدى على اسمها وسمعتها، لذلك وجب على إدارة المؤسسات توظيف جميع مهارات الاتصال لما لها من أهمية كبير في دعم و تطوير العلاقات العامة بالمؤسسة.

حيث تتجه العملية الإدارية نحو تسيير العملية الاتصالية من خلال رسم الاستراتيجيات التي تحقق الأهداف المخططة ، و هذا ما تضمنه في حقيقة الأمر وظيفة العلاقات العامة و جمهورها الداخلي بالمؤسسة التي تمثل أداة التواصل باستعمال مهارات فعالة لتحقيق النتائج المرجوة و بناء الصورة الحسنة للمؤسسات ، في هذا الإطار تعتبر مؤسسة إتصالات الجزائر فرع البرواقية من بين المؤسسات التي تعمل على تطوير العلاقات العامة داخل المؤسسة من خلال تزايد اهتمامها بتطوير مهارات إطاراتها البشرية خاصة العاملين في مجال العلاقات العامة ،وذلك كله بهدف تحقيق اهدافها.

و من هنا نطرح الإشكال التالي:

كيف تؤثر مهارات الإتصال في دعم أنشطة العلاقات العامة لمؤسسة إتصالات الجزائر ؟

التساؤلات الفرعية:

- ما طبيعة العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر فرع البرواقية ؟
- هل تتوفر المهارات الاتصالية اللازمة لدى القائمين بالعلاقات العامة ؟
- ما هي جملة الوسائل والأساليب الاتصالية المستخدمة لدعم أنشطة العلاقات العامة ؟
- ما هو دور مهارات الاتصال في دعم أنشطة العلاقات العامة بمؤسسة إتصالات الجزائر -فرع البرواقية؟

## أسباب إختيار الموضوع

### - أسباب ذاتيه :

- الرغبة الشخصية في التعمق أكثر في هذا الموضوع ومعرفة مختلف الجوانب التي تؤثر و تتأثر به .

- قرب هذا الموضوع من تخصصي في الدراسة

- تم اختيار هذا الموضوع بحكم إجراء تربص ميداني في المؤسسة محل الدراسة .

### - أسباب موضوعيه

-تزايد اهتمام المؤسسات بالبحث عن سبل تطوير العلاقات العامة و لعل من أبرزها الاهتمام بتطوير مهارات القائمين بالعلاقات العامة .

- الوصول إلى نتائج نتمكن من خلالها إبراز أن المهارات و الأساليب الاتصالية التي يتوفر عليها العاملون بإدارة العلاقات العامة لابد أن تتماشى والمخططات والبرامج الاتصالية لكل مؤسسة .

- عدم وصول مسؤولي المؤسسات الجزائرية إلى فهم الدور الحقيقي لها والذي يسمح لها بالارتقاء إلى مكانتها الفعلية .

-الدور الكبير التي تلعبه العلاقات العامة داخل المؤسسات الحكومية و الغير الحكومية .

**أهمية الدراسة :**

تكمن أهمية الدراسة في النتائج التي يتم التوصل إليها فالدراسة تخرج عن كونها ابتكار أو إلهام ناقص أو توضيح مبهم ومنه تظهر أهمية دراستنا في

إبراز الدور الذي تلعبه العملية الاتصالية في أداء المؤسسة لمهامها، و

إبراز أهمية تبني منظومة متكاملة لمهارات الاتصال التي تعتمدها لتفعيل

العلاقات العامة، كما يمكن لهذه المذكرة أن تكون مرجعا إضافيا تساهم في زيادة

الاهتمام الفعلي بدور العلاقات العامة في تحسين أداء المؤسسة ،وحتى تسليط

الضوء على مهارات الاتصال في دعم أنشطة العلاقات العامة بالمؤسسة.

**أهداف الدراسة :**

- معرفة واقع العلاقات العامة في هذه المؤسسة ( اتصالات الجزائرالبرواقية).

-معرفة قدرة ونجاح القائمين على هذه المصلحة في إيصال الرسائل والأساليب المستعملة مع العمال والموظفون على اختلاف مراتبهم وأدوارهم كجمهور داخلي. وكذا المتعاملين المخولين كجمهور خارجي, بغية خلق علاقات طيبة مع كليهما .

- التأكيد على الدور الهام الذي تلعبه العلاقات العامة في تحسين أداء المؤسسة .

- - معرفة مهارات الاتصال الناجحة المعتمدة لاستقطاب الجمهور.

**مصطلحات الدراسة :**

**المهارة :**

**لغة :** يطلق لفظ المهارة في اللغة العربية ويراد به الماهر وهو الحاذق , كما ورد في الحديث قوله رسول الله صلي الله عليه وسلم " مثل الماهر بالقرأن مثل السفرة " [1] .

**إصطلاحا :**هي القدرة على أداء وظيفة معينة , أو تحقيق هدف معين , تكون على أشكال (لفظية , عقلية , حسية , إجتماعية ) [2] .

**التعريف الإجرائي :** هي القدرات اللازمة لفهم لغة ما , والتحدث والقراءة والكتابة

هي قدرة عالية على الإنجاز سواء أكانت بشكل منفرد أو داخل فريق .

**الاتصال :**

**لغة :**الاتصال في القواميس العربية , كلمة مشتقة من مصدر " وَصْلَ" الذي يعني أساسا الصلة وبلوغ الغاية . [3]

**اصطلاحا :**

**يعرفه تشارلز كولي :** بأن الاتصال هو ذلك الميكانيزم الذي من خلاله توجد العلاقات الإنسانية وتنمو و تتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان , واستمرارها عبر الزمان , وتتضمن تعبيرات الوجه والإيماءات والإشارات والنغمات الصوت والكلمات و الطباعة والهاتف .[4]

**التعريف الإجرائي :**الاتصال هو عملية ديناميكية , لتبادل الحقائق أو الأفكار أو الآراء أو المعلومات مما يتطلب عرضا و استقبالا .

---

1- جمال أبو الفضل ، محمد بن مكرم إبن منظور ، لسان العرب ، المجلد 6 ، بيروت لبنان ،1997 ،ص 104 .

2- محمد سيد فهمي , مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار الوفاء الدنيا لطباعة النشر و التوزيع،الإسكندرية مصر، 2008 .

3- إبن منظور ، .....، مجلد 11 ، دار المعارف ،2003،ص 868 .

4- رحيمة الطيب عيساني ، مدخل إلي الإعلام و الاتصال، المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية ' ط1 ،عالم الكتب الحديث للنشر و التوزيع،الأردن ، 2002 ، ص 12 .

**مهارات الاتصال :**

**اصطلاحا**: هي المهارات المستخدمة في الحياة العملية , التي ينقل بموجبها الشخص أفكارا أو مفاهيم أو معلومات لشخص أخر عن طريق رسائل كتابية أو شفوية مصحوبة بتعبيرات الوجه , ولغة الجسد وعن طريق إحدى وسائل الاتصال , ثم يرد الطرف الأخر بدوره علي تلك الرسالة وفقا لفهمه لها . [1]

**إجرائيا :** هي قدرة الشخص عن عرض أفكاره أو معلوماته من خلال مهاراته التي تسمح بتقوية معني الرسالة , وتحقيق أهداف الاتصال من خلال المتلقي وتنفيذ ما يطرح عليه .

**العلاقات العامة :**

**اصطلاحا :** يعرفها المعهد البريطاني" بأنها جهد أو نشاط مركز مبني على ضرورة استمرارية العلاقة مع الجمهور وتوفر التفاهم والمصلحة المشتركة " [2] .

تعرفها جمعية العلاقات العامة الدولية : بأنها نشاط إداري مخطط له , هدفها الحفاظ على استمرارية علاقة الجمهور مع المؤسسة باستخدام مختلف طرق ووسائل الإعلام والاتصال .[(3)]

**إجرائيا :** هي العلاقة المشتركة بين الجمهور و المؤسسة من خلال إشراك الجمهور في بعض الأنشطة والبرامج مما يخلق تفاعل و تواصل , ذلك بالاستفادة من الوسائل الحديثة والتقليدية في الاتصال .

---

**1-** رحيمة الطيب عيساني , مرجع سابق , ص15-16

**2-** عماد الدين تاج السر فقير عمر , إعداد وإنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة , ط1 , دار البداية , عمان , 2003 ص 21 .

3- عماد الدين تاج السر فقير , نفس المرجع السابق , ص22 .

**المؤسسة :**

**لغة :** كلمة مؤسسة عندما نبحث عن أصلها فهي في الواقع ترجمة لكلمة ENTREPRESEواستنادا إلي القاموس العربي (المورد ) وكلمة مؤسسة من فعل أسس , يؤسس , مؤسسة [1]

**اصطلاحا** : يعرفها زكي حنوس ومروان " بأنها الوحدة الاقتصادية التي تمارس النشاط الإنتاجي والنشاطات المتعلقة به من تخزين وشراء وبيع من أجل الأهداف التي وجدت من أجلها [2] .

**إجرائيا :** هي عبارة عن مجموعة من العناصر البشرية والمادية المتفاعلة مع بعضها البعض , والتي توجد بينهما اعتماد متبادل في إطار مجموعة قواعد لتحقيق الأهداف المرجوة .

---

1- روبي البعلابكي ،المورد قاموس عربي إنجليزي ، دار المعلم للملايين ، بيروت ، لبنان 1994 ،ص6 .

2- زكي جنوس ومروان على ،الرقابة و التخطيط في المشروع ، مديرية الكتب والمطبوعات 1981 ، ص 9 .

**المنهج المستخدم:**

من أجل معالجة مختلف جوانب الموضوع قمنا باستخدام المنهج " الوصفي التحليلي " فهو الأنسب للدراسات الإنسانية والاجتماعية يعرف بأنها لطريقة المنتظمة لدراسة الحقائق الراهنة, المتعلقة بظاهرة أو موقف أو أفراد أو أوضاع معينه, قصد اكتشاف حقائق جديدة أو التحقق من صحة حقائق قديمة وأثارها والعلاقات التي تتصل بها وتفسيرها وكشف الجوانب التي تحكمها, فهو غالبا ما يهدف إلى وصف الظاهرة محل الدراسة وتشخيصها وإلقاء الضوء على جوانبها المختلفة وجمع البيانات اللازمة عنها وفهمها وتحليلها [1].

**مجتمع البحث :**

يقصد به مجموعة محدودة أو غير محدودة من المفردات والعناصر والوحدات المحددة مسبقا بمعنى جميع المفردات التي يقوم الباحث بدراستها ويقصد بمفردات البحث الجزئي الأساسي المكون للمجتمع البحثي أي الأجزاء المكونة لمجتمع البحث [2]

و يتكون هذا الأخير من 40 مفردة وتجدر الإشارة هنا إلى أن العينة تعتمد في حالة الأعداد الكبيرة من المبحوثين وعدم القدرة على الوصول إليهم جميعا في حين إن مجتمع البحث في دراستنا هو مجتمع صغير الحجم ، وبالتالي يتم توزيع الاستمارة على جميع افراد مجتمع البحث وهو ما يعرف بالحصر الشامل ، وعليه قمنا باختيار كافة العاملين "الموظفين" في مؤسسة اتصالات الجزائر بمدينة البر واقية وهو الحصر الشامل لكافة العمال ، باستثناء 4 مفردات تابعين لمديرية أخرى لكن عاملين بنفس المؤسسة . حيث قررنا من خلالها توزيع 36 استمارة استبيان تضم كل العاملين المتواجدين بالمؤسسة لتسهيل عملية الضبط للعمال وتفريغ البيانات.

---

1- أحمد مرسلي مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، القاهرة ، دار الفكر للنشر والتوزيع ، 2005 ، ص 2

2- قنديلي عامر إبراهيم ،البحث العلمي ، ط2 ، دار المعرفة العلمية ، 2008 ، ص81

**الأدوات المستعملة :**

اعتمدنا في دراستنا على أداتين،الاستبيان والمقابلة لأنهما يعتبران من أكثر الأدوات شيوعا في جمع البيانات في البحوث الإعلامية يرجع ذلك إلى المميزات التي تحققها كل أداه بالنسبة اختصار الجهد والتكلفة وسهولة المعالجة. [1]

يعرف الاستبيان:"بأنه مجموعة الأسئلة المتنوعة والتي ترتبط ببعضها البعض بشكل يحقق الهدف الذي يسعى إليه الباحث من خلال المشكلة التي يطرحها بحثه ،ويرسل الاستبيان عبر البريد أو التنقل الشخصي إلى مجموعة من الأفراد أو المؤسسات التي اخترها الباحث لبحثه كي يتم تعبئتها وثم إعادته للباحث". [2]

واستخدمنا لهذه الاستمارة جاء وفق مرحلتين هامتين للدراسة،الأولى قمنا فيها بإجراء

الاستبيان التجريبي،ثم توزيع استمارة الاستبيان على مجموعة من موظفي المؤسسة،

وقد تمكنا من ضبط أسئلة الاستمارة بكيفية أحسن وذلك من ناحية صياغة الأسئلة بالشكل

الذي رأينا أنها تخدم من خلاله موضوع الدراسة وأهدافها،وقد تضمنت الدراسة أربعة

محاور أساسية مرتبطة بتساؤلات الدراسة وهي:

**المحور الأول** : البيانات الشخصية

.**المحور الثاني** : طبيعة العلاقات العامة بالمؤسسة

**المحور الثالث**: الأساليب و والوسائل الاتصالية الأكثر استخداما في العلاقات العامة.

**المحور الرابع** : دور مهارات الاتصال في دعم أنشطة العلاقات العامة.

أما المقابلة فتعرف " بأنها تفاعل لفظي بين شخصين في موقف مواجهة , حيث يحاول أحدهما وهو الباحث القائم بالمقابلة،أن يستشير بعض المعلومات أو التعبيرات، لدي الطرف الأخر وهو المبحوث والتي تدور حول أرائه ومعتقداته ، فهناك بيانات ومعلومات لا يمكن الحصول عليها إلا بمقابلة الباحث للمبحوث وجها لوجه ،ويجب أن يكون للمقابلة هدف محدد

---

1-عليان ربحي مصطفي غنيم وعثمان محمد ، أساليب البحث العلمي ،الأسس النظرية والتطبيقية العملي ، دار الصفاء للنشر و التوزيع ، 2008 ، ص73 .

2- عليان ربحي مصطفي غنيم وعثمان محمد ، مرجع نفسه،ص 76 .

## الدراسات السابقة :

### - الدراسة الأولي :

دراسة الطالبة مسعودي كلثوم ، بعنوان " **العلاقات لعامة في المؤسسة الصناعية** " دراسة وصفية تحليلية ، مذكرة مكملة لإنهاء رسالة الماجستير ،سنة 2006 ، 2007 .

دارت إشكاليتها حول إبراز أهمية العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية حيث طرحت التساؤل الرئيسي التالي :

**" ما واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية "**وتوظيفها للعينة الطبقية العشوائية ثم تقسيم مجتمع الدراسات إلى طبقات حسب مجال العمل ،وكانت الاستمارة الأداة الأساسية لجمع البيانات إضافة إلي الملاحظة والمقابلة [1].

### - الدراسة الثانية :

دراسة الطالبة جعرون أمينة بعنوان **" أثر مهارات الاتصال على فعاليات العلاقات العامة دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة "** مذكرة تخرج لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في ميدان الحقوق والعلوم السياسية دارت إشكاليتها حول أثر مهارات الاتصال على فعالية العلاقات العامة حيث طرحت التساؤل التالي :

**" هل المهارات الاتصالية التي تعتمدها إدارة العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة حاليا كافية لتحسين صورتها داخليا وخارجيا "**

اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي ، بغية جمع أكبر عدد ممكن من المعلومات اللازمة وكانت المقابلة من الأدوات التي اعتمدتها في جمع المعلومات مع رئيس خلية الاتصال و العلاقات الخارجية ( بمؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة )

إضافة إلى الاستمارة الموزعة على العينة المرغوبة [2]

---

1- مسعودي كلثوم **العلاقات لعامة في المؤسسة الصناعية**،دراسة وصفية تحليلية ، مذكرة مكملة لإنهاء رسالة الماجستير ،سنة 2006 ، 2007 .

2- جعرون أمينة ،**أثر مهارات الاتصال على فعاليات العلاقات العامة** ،دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر ،2018/2017

**الدراسة الثالثة :**

دراسة الطالبة لقصير رزيقة ،بعنوان **"دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة دراسة ميدانية لمؤسسة الأملاح بقسنطينة "** مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال بقسنطينة 2007/2006 .

حيث قدمت الطالبة الإشكالية التالية :

**كيف تساهم مصلحة العلاقات العامة في تشكيل صورة حسنة عن المؤسسة الاقتصادية للأملاح لدي جمهورها الخارجي ؟**

اعتمدت على المنهج الوصفي ودراسة حالة ،توظيفها للعينة الطبقية العشوائية ،كانت الاستمارة والملاحظة من الأدوات الأساسية لجمع البيانات ، في الأخير توصلت الطالبة إلى أن العلاقات العامة تساهم فعلا في تحسين صورة المؤسسة وهذا ماتسعي إليه جاهدة من خلال إجراء للبحوث حول رغبات وميول الجمهور .

وعن أوجه استفادتنا من هذه الدراسات ومجال اشتراكها مع دراستنا،كونها اهتمت بدراسة العلاقات العامة في المؤسسات ،وهو جانب يمس دراستنا ، وقد استفدنا من هذه الدراسات كذلك من خلال كونها أتاحت لنا المرتكز الذي يدعمنا ويساعدنا في بناء دراستنا منهجيا سلميا، وفي تحديد العينة والمنهج وأدوات جمع البيانات .

---

1- لقصير رزيقة ، **دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة دراسة ميدانية لمؤسسة الأملاح بقسنطينة** ،مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال بقسنطينة 200/2006

# الإطار النظري للدراسة

# الفصل الأول

# مدخل مفاهيمي حول الإتصال و مهارات الإتصال

## المبحث الأول: ماهية الاتصال

### المطلب الأول:مفهوم الاتصال

يتفق اللغويون على أن اللغة هي منظومة معينة من الإشارات ،و أن أحد أهدافها الأساسية هي تأمين الاتصال.

إذن فيعرف الاتصال : بأنه مجموعة الأفعال و التعبيرات و الأشكال ، التي تتم بين البشر لغرض الإبلاغ و الإيحاء و إملاء العواطف و الأفكار [1] .

ويعرف أيضا : على أنه عملية تبادل الأفكار و الآراء والمعلومات، عن طريق الحديث أو الكتابة أو الإشارات [2] .

أما **كروكت** فيعرفه : بأنه تلك العملية التي تتم بين البشر ،عندما يستجيب احدهما لرمز ما [3].

يدل هذا التعريف على أن الاتصال لا يتم فقط عن طريق الكلام الشفهي أو الحوار أو عن طريق الكلام المقروء أو المكتوب ،ولكن أيضا عن طريق الأفعال التي يمكنها أن تكون وسيلة فنية كالرقص أو الاستعراضات ، و قد يكون صور أو رسومات أو تماثيل.

كما يعرف أيضا :على أنه العلاقة بين الأفراد وبدونه الحياة الاجتماعية مستحيلة،فالاتصال في الأصل هو إدراك يتضمن تحويل المعلومات المقصودة أو الغير مقصودة للتأثير في الفرد أو الجماعة المستقلة [4] .

---

1- عبد الجبار منديل الغانمي، الإعلان بين النظرية و التطبيقية، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع عمان، الأردن ،1999ص52.

2- محمد الطنوبي،نظريات الاتصال ، د.ط ، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، القاهرة، مصر ،2001،ص14.

3- خيري خليل الجميلي ،الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث، د.ط ،المكتب العلمي للكمبيوتر و النشر و التوزيع ،الاسكندرية ،ص9.

4-norbertsilmy,dictionnaire de la psychologie,larous.france 1982,p68.

**المطلب الثاني :أنواع الاتصال**

تعتبر العملية الاتصالية من أهم المراحل في المؤسسات، وتأخذ عدة أشكال وتمارس عدة وظائف تتماشى و الأهداف المسطرة.

ينقسم الاتصال إلى نوعين:

**النوع الأول / الاتصال الداخلي:** هو الاتصال الذي يتم داخل نطاق التنظيم سوآءا كان ذلك بين أقسامه و فروعه المختلفة أو بين العاملين به ، يسير في اتجاهات مختلفة و ينقسم إلى نوعيين:

1- **الاتصال الرسمي :** هو ذلك الاتصال الذي يجرى بموجب التنظيم و بوسائل معروفة و محددة ،يتم عبر قنوات الاتصال الرسمي للمؤسسة أو المنظمة،فيكون من الأعلى إلى الأسفل في صورة أوامر و تعليمات و توجيهات و سياسات و أهداف .هذا ما نسميه بالاتصال النازل ، وهو الاتصال الرئيسي في الإدارة الكلاسيكية ، و العكس صحيح أي من الأسفل إلى الأعلى في صورة طلبات أو نقل معلومات إلى المستويات العليا من المستويات الدنيا في الهرم التنظيمي،وقد يحدث الاتصال بين نفس المستوى و هذا ما يسمى بالاتصال الأفقي ، عموما نتطرق إلى الاتصالات التالية [1] .

أ/ **الاتصال النازل :** وهو أكثر أنواع الاتصال شيوعا في المؤسسات إذ يبدأ من المواقع الإدارية العليا في المؤسسة وصولا إلى المستويات الأدنى ، حيث يتوافق مع الأهداف أو الخطط الموضوعة من طرف الإدارة كأن يصدر الرؤساء القرارات أو التعليمات [2].

ب/ **الاتصال الصاعد** : فهو عكس الاتصال النازل ،يكون الاتصال الصاعد من أسفل إلى أعلى الهرم مرورا بمختلف المستويات الإدارية ،يتضمن المعلومات التي تستدعي التدخل لحل المشكلات التي تعترض التنفيذ أو تلك التي تؤدي إلى إدخال برامج تدريبية

[1] - أمينة جعرون، أثر مهارات الاتصال على فعالية العلاقات العامة (دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة) ، مذكرة تخرج لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في ميدان الحقوق و العلوم السياسية، قسم العلوم السياسية،جامعة قاصدي مرباح ،ورقلة 2018/2017 ص14.

[2]- خيري خليل الجميلي ،مرجع نفسه، ص23.

أو إعادة التنظيم أو تقدير العاملين و الثناء عليهم ،من خلالها يمكن توفير المعلومات و البيانات أمام المدريين في المستويات الأعلى بما تسمح لهم الفرصة لإصدار القرارات السليمة ،قائمة على معلومات و بيانات دقيقة ، وقد يكون هذا الاتصال شفهي أو على شكل تقارير.

ج/ **الاتصال الأفقي :**وهو الاتصال الذي يحدث بين العاملين في نفس المستوى الإداري في الهيكل التنظيمي الهرمي ،أو بين الأفراد في مستويات مختلفة داخل المؤسسة بهدف الشورى و التنسيق في ما بينهما لتحقيق الأداء الأفضل في العمل [1].

**2-الاتصال غير رسمي :** يحدث خارج إطار القنوات الاتصال الرسمي ، وهذا غالبا ما يكون راجعا إلى خلل في الاتصال الرسمي، ينشأ نتيجة لوجود صلات شخصية وعلاقات اجتماعية بين العاملين في المؤسسة، فالإدارة الحكيمة هي التي تسعى إلى التعرف على مصادر الاتصالات غير الرسمية و مساراتها و تحليل محتواها ، و التعرف على أهدافها ، كما تحاول تغذيتها بالحقائق و المعلومات التي تهيئ الأفراد للتعاون نحو تحقيق الأهداف المرغوبة [2].

**النوع الثاني/ الاتصال الخارجي :** هو بناء علاقة ثقة الجمهور بالمؤسسة و المحافظة عليها، يتمثل في كافة الاتصالات التي تقوم بها المؤسسة أو العاملين بها مع المؤسسات الأخرى أو مع زبائنها .يأخذ صيغ و أشكال مختلفة في علاقاته مع الأطراف الخارجية.

1-**الاتصال الشخصي** : هو الذي يتم بين أفراد المنظمة داخل التنظيم أو بين أفراد المنظمة وآخرين من خارجها، بصورة شخصية بالاعتماد الكلمة المكتوبة، ويبقى تأثيره محدود.

2-**الاتصال الجماهيري** :هو الذي تقوم به منشأة الاتصال مع جمهور واسع من الناس عبر وسائل الإعلام ، كما أنه اتصال إقناعي بالدرجة الأولى [3].

---

[1]- محمد أبو سمرة ، **الاتصال الإداري و الإعلامي** ، د.ط، دار أسامة للنشر و التوزيع ،الأردن ، عمان، 2008، ص45.

[2]-محمد أبو سمرة، مرجع نفسه ،ص 48.

[3]-نفس المرجع السابق ، ص61.

**المطلب الثالث : وظائف الاتصال**

يرى العلماء أن الاتصال أصبح عنصرا ضروريا في المجتمعات بصفة عامة ،ولعلى أهم ما يجب أن يؤدي إليه الاتصال هو استجابة المتلقي أي ما يسمى بالتغذية العكسية. لأن نقل المعلومات و الأفكار من متصل إلى متلقي عبر وسائل الاتصال لابد أن يوصل معلومات و معارف تؤدي إلى استجابة و رد فعل لدى المتلقي، بذلك يكون الاتصال قد حقق وظائفه .

هذه الوظائف هي:

**-الإعلام(information):** جمع المعلومات و المعرفة وتخزينها و تحليلها وبثها في شكل أخبار وبيانات و صور وحقائق ، و رسائل و أفكار لاتخاذ موقف مناسب .

**-التعليم(éducation):** أي توفير المعلومات بقصد رعاية و تنمية القدرات العقلية وتكوين

الشخصية والحصول على المهارات و القدرات .

**-الإقناع(persuasion):** أي إثارة الجمهور وإغرائه للدخول في حلبة الاهتمامات بالمسائل

العامة التي تهم الناس و المجتمع.

**-المشاركة الاجتماعية(socialisation):**أي توفير المعلومات و المعارف التي توضع في خدمة الجميع لتساعدهم على تحريك المجتمع [1].

هناك مفكرين آخرين يحددون وظائف الاتصال من خلال :

**-التخطيط:**الاتصال مهم للحصول على البيانات والمعلومات ودراسة المشكلات واستنباط المؤشرات والتنبؤ والتوقع.

**-التنظيم:** حيث تمثل خطوط الاتصال في الهيكل التنظيمي لكل مؤسسة الركيزة التي تركزها.وتبادل المعلومات بين عناصر التنظيم في ضوء تعدد وتباين الوظائف في المؤسسة بل وفي جل قطاعاتها و إدارتها المختلفة.

**-التوجيه:** تحريك سلوك العاملين لتحقيق الأهداف المتوقعة و المرسومة ،وإرشادهم إلى

[1]- إيمان بن نذير، مهارات الاتصال ودورها في تحسين الأداء المهني لدى العاملين ، دراسة ميدانية على عينة من إداريين كلية العلوم الانسانية
و الاجتماعية جامعة محمد خيضر-بسكرة- مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر،قسم العلوم الانسانية تخصص الاعلام و الاتصال،جامعة محمد خيضر بسكرة 2013-2014 ، ص 37.

الكيفية التي تمكنهم من ذلك وتغيير مهارات التوجيه من مهارات الإدارة ، وتمثيل إحدى مواصفات المدير المتميز.

**-الرقابة:** تعتمد عملية متابعة وتقييم أداء العاملين على مشاهدة وملاحظة وتحليل نشاطاتهم وسلوكياتهم مثل إجراء المقابلات لتقييم المرؤوسين[1].

**المطلب الرابع: أهمية الاتصال**

يساهم الاتصال الجيد في تحسين أداء الأعمال بأسلوب أفضل كما هو مخطط مسبقا لها، كما يساهم في كسب الثقة بين الأفراد و الجماعات داخل المنظمة ، فنجاح المنظمة معتمد بشكل كبير على فعالية الاتصال فيها.

فتحسين أنماط الاتصال داخل المنظمات الإنتاجية يؤثر بالدرجة الأولى في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين،وينعكس بشكل إيجابي على زيادة الإنتاجية ،نتيجة وجود قنوات اتصالية مفتوحة بين أعضاء المؤسسة.

يمكن إيجاز أهمية الاتصال لإدارة المؤسسة فيما يلي:

- يتم من خلال الاتصال نقل المعلومات و البيانات و الإحصاءات عبر القنوات المختلفة ،مما يساهم بشكل أو بأخر اتخاذ القرارات الإدارية وتحقيق نجاح المؤسسة ونموها وتطورها .
- الاتصالات هي المفتاح المؤدي للإدارة، فتنسيق الجهود يعد أساسا للنظام التعاوني حيث يتم على أساس هذا التنسيق تحقيق أهداف المنظمة بشكل فعال.
- تعد عملية الاتصال بين الأفراد ضرورة أساسية في توجيه وتغيير السلوك الفردي والجماعي للعاملين في المنظمة ، كما تعد أحد العوامل المؤثرة في اتجاهات الافراد العاملين داخلها.

1-أمينة جعرون، مرجع نفسه ،ص17.

- يعد الاتصال وسيلة رقابية وإرشادية لنشاطات المدير في مجال توجيه فعاليات

المرؤوسين [1].

ويبرز القاسم أهمية الاتصال في المؤسسة كما يلي:

الحاجة للارتباط بنظم المعلومات و الانترنت ، وعدم إمكانية عزل الأجهزة عن الشبكات المحلية و الشبكات واسعة النطاق لتوفير المعلومات لمن يحتاجها.

اعتماد مختلف المنظمات على فاعلية الاتصالات ،التي تتيح الفرصة لاختراق الحدود المكانية، وبذلك تساعد على تحديد الأخطار و التحكم بها ومتابعة المجرميين [2].

أما **"ألتون مايو"** يؤكد أهمية عملية الاتصال داخل المؤسسة من خلال إبرازه للنقاط التالية :

المؤسسة مدرسة العلاقات الإنسانية من حيث أن الدراسات الاجتماعية يجب أن تبدأ بملاحظة دقيقة لما يسمى بالاتصال ،وتعتبر هذه المشكلة هي نقطة الضعف التي تواجه الحضارة اليوم.

هنا يشير **"مايو"** إلى أهمية الاتصال باعتباره أحد العوامل الرئيسية لقيام العلاقات الإنسانية

و العامة داخل المؤسسة ،وعادة ما ينظر إلى عمليات الاتصال بوصفها تجيب على كل التساؤلات الخاصة بتنظيم المؤسسة.

بالتالي هناك أهمية نظرية محورية لنظام الاتصال داخل المؤسسات ، فالاتصال هو الوسيلة التي بموجبها يتم نقل المعلومات ويؤثر على العلاقات بين الأفراد ،فينشأ التعاون و التكامل بينهم داخل الجماعة و بين الإدارة و العمال.

ويعتبر الاتصال ذو نفع طالما يقوم بربط الوظائف داخل المؤسسة ببعضها البعض، وفي الحياة العملية يستخدم الاتصال لتوجيه الأفراد نحو تحقيق أهدافهم من حيث القوة والمركز[3].

---

1-نفس المرجع السابق ،ص20.

2-مليكة لويس كامل ،سيكولوجية الجماعات و القيادة،د.ط، الهيئة المصرية العامة للكتاب ،1989،ص 368.

3-محمد السيد فهمي ،إدارة الأفراد و العلاقات الإنسانية ،ط1 ،دار الشعب ،القاهرة،1976،ص26.

## المبحث الثاني : مهارات الاتصال

## المطلب الأول : تعريف مهارة الاتصال

### تعريف المهارة:

من المعروف أن التعريف وسيلة لتحديد حدود المفهوم و مكوناته ، وسنحاول فيما يلي الوقوف على العديد من التعريفات التي طرحها الباحثون للمهارة بصفة عامة في محاولة لرصد تعريف شامل وعام.

المهارة هي :القدرة على القيام بالأعمال المعقدة بسهولة ودقة مع القدرة على التكيف في الأداء مع الظروف المتغيرة [1].

المهارة تعني أيضا : الخطوة أو العملية المعرفية (الذهنية)أو الأدائية الوجدانية (الاتجاهية) والعلاقة البينية التي يمارسها الفرد من خلال قيامه بأداء أحد واجبات عمله [2].

والمهارة يعرفها علاء **محمد القاضي ،وبكر حمدان** :بأنها عملية مستمرة تتضمن قيام طرف بتحويل أفكار و معلومات معينة رسائل شفوية أو مكتوبة، تنقل من خلال وسيلة اتصال [3] .

كما يستخدم مصطلح المهارة ليشير إلى نمط نظامي ومتناسق من النشاط العقلي أو الجسمي أو الاثنين معا يتضمن كلا من عملية المستقبل(الحواس التي تستقبل المثيرات).وعمليات المؤثر( العضلات أو الغدد أو الاثنين معا التي تزود بالاستجابات).

و المهارة قد تكون إدراكية ،حركية،يدوية،فكرية،أو اجتماعية وغيرها وذلك وفقا للنطاق أو الجانب المسيطر [4] .

---

1- فيصل محمود الغرابية ، مهارات العمل الاجتماعي ،د.ط، دار وائل، الأردن ، 2009،ص 209.
2- سامي محمد ختاتنة ،أحمد عبد اللطيف أبو سعد، علم النفس الإعلامي، ط1،دار الميسرة، الأردن ،2010،ص6
3- علاء محمد القاضي،بكر محمد حمدان، مهارات الاتصال،ط1،دار الإعصار العلمي للنشروالتوزيع، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن،2010،ص147.
4- فيصل محمود الغرابية، مرجع نفسه ،ص 211.

و تعرف على أنها : أداء العمل بإتقان مع الاقتصاد في الوقت و الجهد و التكاليف.ومعظم التعاريف تتفق تقريبا على أنها : ضرب من الأداء تعلم الفرد أن يقوم به بسهولة وكفاءة

ودقة مع اقتصاد في الوقت، و الجهد سواء كان هذا الأداء عقليا أو اجتماعيا أو حركيا [1]

**تعريف مهارات الاتصال :**

يؤكد الخبراء على مهارات الاتصال بأنها : الحرفة الدقيقة في الاتصال و الارتقاء بالمعاني الايجابية لإثارة وإقناع ولخلق حالة توازن اتصال بين المرسل و المستقبل [2]

**المطلب الثاني** : مهارة الحديث و الاستماع.

**1/ مهارة الحديث:**

تعد مهارة الحديث من أهم المهارات بالنسبة للأفراد الذين يتضمن عملهم قدرا كبيرا من التعامل ، سواء على صورة مقابلات أو التحدث في الهاتف .

بالرغم من توفر قدرة الحديث لدى غالبية البشر ، إلا أن هناك فرق في تطبيق ذلك من خلال استخدام الصوت المناسب و اختيار المضمون و الوقت المناسب للحديث ومعرفة الأثر الذي يتركه الحديث على الآخرين.

تعرف على إنها : القدرة على توظيف المهارات اللفظية و اللغوية و الصوتية ومهارات الفصاحة للتواصل مع الآخرين سواء على مستوى الاستيعاب أو التعبير [3] .

ويعد الحديث أحد وجهي الاتصال اللفظي ، الوجه الشفهي وهو عبارة عن رموز لغوية منطوقة ،لنقل أفكارنا ومشاعرنا واتجاهاتنا إلى الآخرين والهدف يكون خفيا أو ظاهريا ويتم هذا الانتقال عبر وسائل متعددة [4].

1- سهيلة كاظم الفتلاوي، كفايات التدريس، ط1،دار الشروق للنشر و التوزيع ،الأردن ،2003،ص25.
2- مبارك محمد الحماد، الاتصال الفعال ومهاراته،د.ط جامعة الملك سعود، السعودية ،2005،ص 78.
3- شريف الحموي، مهارات الاتصال، ط2،دار يافا العلمية للنشر و التوزيع ، عمان، الأردن ،2007،ص41.
4- محمد منير حجاب ،مهارات الاتصال للإعلاميين والتربويين و الدعاة ،ط2،دار الفجر للنشر والتوزيع ،القاهرة،2000،ص83.

كما يعرف أيضا: بأن التحدث مع الآخرين عملية يمارسها الإنسان منذ الصغر في أشكال مختلفة ، ولذلك فإن التحدث فن يمكن تعلمه [1] .

يقوم الفرد بتنمية مهاراته في الحديث بإتباع الإرشادات التالية:

1/ التوقف عن الكلام بين لحظة وأخرى ،و أثناء الحوار حتى تعطي للمستمع فرصة لتعقيب عن الرسالة .

2/ مراقبة حركات و سكنات وجه المستمع جيدا حتى يتبين مدى فهمه للرسالة ودرجة اهتمامه بها .

3/ الإنصات الجيد لتعليقات المستمع، وتجنب إعطاء انطباع بأنك متعجل وغير مهتم بتعليقاته.

4/ محاولة النظر إلى وجه المستمع و تجنب الانشغال بأي شيء يؤثر على انسياب عملية الاتصال.

5/ ووجوب تحديد نبرة الصوت التي تناسب المسافة بينك و بين المستمع.

6/ عدم مقاطعة المستمع أثناء رده على رسالتك [2] .

**المرحلة الأولى:** الإعداد للحديث

-تحديد الهدف من الحديث

-تحديد موعد إلقاء الحديث

-اختيار المكان المناسب

-اختيار نوعية الجمهور

-اختيار مادة الحديث [3] .

---

1- مدحت محمد أبو النصر، مهارات الاتصال الفعال مع الآخرين،د.ط ، المجموعة العربية للتدريب و النشر،القاهرة، 2009،ص171.
2- شريف الحموي، مرجع نفسه،ص42
3- محمد منير حجاب، مرجع نفسه،ص91/88.

**المرحلة الثانية:** توجيه الحديث

تتضمن عدة جوانب منها:

- المظهر الجيد من خلال الثقة بالنفس ، والملبس المناسب، والإشارات المناسبة ،وتعبيرات الوجه...

- العرض المنظم و المناسب.

- استخدام اللغة المناسبة

- تجنب الإفراط في الاستعانة بالأوراق المكتوبة التي تصرفك عن مستمعيك وتشغلك عنهم.

- حدد الحديث بأربعة أو خمس نقاط وعند الانتهاء منها كررها على المستمعين.

- احرص على الخاتمة الجيدة التي تتبلور و الموضوع.

- الحرص على الوقوف بصفة مستمرة على رجع الصدى أو على استجابة الجمهور [1].

**المرحلة الثالثة:** تقييم الحديث

تكمن من حيث الايجابيات و السلبيات ،عملية التقييم تنطلق منذ لحظة الاستعداد وأثناء الحديث ،من خلال رجع الصدى أو ما يعرف باستجابة الجمهور، وبعد الحديث بإعادة الاستماع إليه أو الاستماع إلى ملاحظات المستمعين، التعرف على الايجابيات و الوقوف على السلبيات التي يجب تجنبها في الأحداث القادمة [2].

**2/مهارة الاستماع :**

إن الاستماع شرط أساسي للنمو اللغوي بصفة عامة ،و يأتي في المرتبة الأولى من حيث ترتيب المهارات الاتصالية زمنيا في إطار النمو اللغوي ، وله علاقة وثيقة مع المهارات الأخرى [3].

وإذا كانت اللغة تتكون من مهارات أو مستويات و أنظمة متعددة فإن تعلمها لا يمكن أن يبدأ بغير الاستماع [4] .

1- مرجع سبق ذكره ،ص94/93.
2- مرجع نفسه ، ص 95.
3- إيمان بن نذير، مرجع نفسه،ص43.
4- محسن علي عطية، مهارات الاتصال اللغوي وتعليمها،ط1،دار المناهج للنشر و التوزيع ،عمان ،الأردن،2008،ص217.

إن الاستماع والكلام مهارتان متلازمتان فلا كلام من دون استماع ، ولا استماع من دون كلام . وعليه فالاستماع يعرف بأنه : عملية ذهنية واعية مقصودة ترمي إلى تحقيق غرض

معين يسعى إليه السامع تشترك فيه الأذن و الدماغ إذ تستقبل الأذن الأصوات و تنقل الأحاسيس الناجمة عنها إلى الدماغ فيحللها و يترجمها إلى دلالاتها المعنوية في ضوء المعرفة السابقة لدى المستمع وسياقات الحديث و الموقف الذي تجري فيه.

فالاستماع : هو عملية تعرف الرموز الصوتية بالأذن والدماغ وفهم المسموع بعد تحليله وتفسير الرموز [1].

وقد عرف الاستماع تعريفات عديدة منها:
- هو عملية إنصات إلى الرموز المنطوقة ثم تفسيرها.
- هو فهم الكلام والانتباه على الشيء المسموع.
- هو مهارة لغوية تمارس في أغلب الجوانب التعليمية ترمي إلى انتباه المتعلمين على الشيء المسموع بقصد فهمه و التفاعل معه لتنمية الجوانب المعرفية و الوجدانية و المهارة.

فمهارة الاستماع إحدى أهم الوسائل التي تعيننا على تفهم الأمور ووضوحها [2].

اجتهد **هارجي** وزملاؤه بتمييز أربعة أنواع من الاستماع وهي:

**الاستماع بغرض الاستيعاب:** هو ذلك الاستماع الذي يقوم به الفرد عندما يحاول البحث عن الحقائق، أو عندما يستمع إلى محاضرة ، فهو يتضمن الاستماع إلى الحقائق والأفكار والمضامين التي يمكن أن تستفيد منها في المستقبل.

**الاستماع بغرض التقييم :**هو ذلك الاستماع الذي نستخدمه عندما نحاول أن نقيم جودة الأفكار التي يقدمها لنا احد الأشخاص خصوصا عندما يكون حديثه شيء من الإقناع، فنحاول من خلال الاستماع بغرض التقييم أن تكتشف التلاعب أو تحديد نقاط القوة أو الضعف في الأفكار التي يقدمها لنا الآخرون [3].

1- مدحت محمد أبو النصر، مرجع نفسه،ص208.
2- عبد الرحمان الهاشمي ،فائز العزاوي، تدريس مهارة الاستماع من منظور واقعي،د.ط، عمان ،الأردن، 2005،ص107.
3- شريف الحموي ، مرجع سبق ذكره، ص54.

**الاستماع بغرض التعاطف:** يستخدم هذا النوع من الاستماع عندما نحاول أن نفهم ما يحاول الآخرون إخباره لنا من خلال وجهات نظرهم ، وهذا النوع من الاستماع يتطلب

منا أولا الاستماع إلى الحقائق و الأفكار و المضامين التي يحاول الآخرون إخبارنا بها وثانيا أن نظهر لهم أننا قد فهمنا تلك الأفكار و المضامين.

**الاستماع بغرض الاستماع:** هو ذلك النوع من الاستماع الذي نقوم به بغرض الترفيه، مثل الاستماع إلى قصيدة شعرية أو حديث لأطفالنا ، هذا النوع نحاول من خلاله الاستماع إلى الأشياء التي نرغب أو نريد سماعها، وقليلا ما يتم استخدام هذا النوع من الاستماع في بيئة العمل لذلك لم يتم التركيز عليه في هذا المقام [1].

تجري عملية الاستماع بالعمليات الآتية:

الإحساس بمثير صوتي أو رسالة صوتية ذات معنى بواسطة حاسة السمع .

نقل الإحساس بواسطة الجهاز العصبي السمعي إلى الدماغ فيقوم بتحليل الرسالة الصوتية وتحديد ما إذا كان لها معنى في ضوء المخزون المعرفي السابق لدى السامع أوانها مجرد أصوات لا معنى لها.

إدراك التركيب اللغوي المسموع ذهنيا، في هذه المرحلة يتمكن السامع من تعرف ما يسمع في شكل جزيئات تتكامل مع بعضها فتكون محتوى المسموع بشكل عام ، وتتكون هذه الجزيئات من التراكيب اللغوية المصاغة على وفق ما متعارف عليه من أنظمة اللغة ومستوياتها .

تسجيل المسموع في ذاكرة السامع واسترجاع المادة المسموعة وفي هذه المرحلة تربط مفاهيم المادة المسموعة، من خلال العمليات العقلية، واختيار ما يريد السامع الاحتفاظ به وهذا ما يطلق عليه مسار التفكير ثم يسجل ما اختاره في الذاكرة طويلة المدى [2].

---

1- مرجع نفسه ،ص56/55.

2- محسن علي عطية، مرجع سبق ذكره، ص219.

**مراحل عملية الاستماع:**

- مرحلة التعرف: وهي إدراك المحسوسات الصوتية من حيث نبرات الأصوات والجمل ومطابقة اللفظ و المعنى.
- مرحلة التعرف و الاختيار من دون حفظ
- مرحلة التعرف واختيار دليل يساعد على الحفظ لوقت قصير
- مرحلة التعرف و الاختيار مع الفظ لوقت طويل إذ يؤكد السامع في هذه المرحلة فهمه، أو استعمال المادة التي فهمها [1].

**المطلب الثالث:مهارة الكتابة وإدارة الاجتماعات**

**3/ مهارة الكتابة:**

تعد مهارة الكتابة مهارة أساسية وضرورية للاتصال الكتابي والكتابة ليست مهارة طبيعية

بل تحتاج إلى تدريس منتظم ودقيق فيجب أن تدرب اليد على الحركات المعقدة للقيام بكتابة كل حرف ،ويجب أن تعمل اليد و العين معا في هذه المهارة،و هي مصادر ثابتة للإعلام والاتصال.

ويعد الاتصال الكتابي أكثر رسمية من الاتصال الشفوي ولهذا يستخدم كثيرا في الإدارة والعلاقات الرسمية، وتعتمد مهارة الكتابة على استخدام قواعد اللغة وعلى المهارة في عرض المادة المكتوبة.

تعرف الكتابة بأنها: نظام للاتصال الإنساني بوساطة الرموز البصرية أو الاشارة.وهي طريقة مباشرة لتسجيل وإيصال الافكار و المعلومات وهي نتاج للعقل و اليد معا،في تمثيل مرئي ومسجل على الورق [2].

كما أنتجت لنا التكنولوجيا الحديثة العديد من طرق الاتصال الكتابي الأخرى مثل: الكتابة من خلال معالج النصوص في الحاسوب

---

1- مرجع نفسه، ص220.

2- أمينة جعرون ،مرجع سبق ذكره ،ص29.

**4/ مهارة إدارة الاجتماعات:**

تعد إدارة الاجتماعات أحد مهارات الاتصال الهامة في مختلف المؤسسات و المنشآت على

اختلاف أنواعها ،تتمثل الاجتماعات في لقاء عدد من الأفراد في مكان واحد وزمن محدد لمناقشة أو دراسة أو بحث موضوع ما بهدف الوصول إلى نتائج معينة تخدم هذا الموضوع و تحقق الهدف من الاجتماع [1] .

تكتسب الاجتماعات أهمية متزايدة في دنيا الإعمال، فمن خلال الاجتماعات مع العملاء يتم التفاوض بشأن الصفقات وإتمام الاتفاقات مع هؤلاء العملاء، ومن خلال الاجتماعات أيضا يتم التفاوض مع موردي السلع و الخدمات للحصول على أفضل العروض وأحسن الموصفات ، حيث تعتبر الاجتماعات العصب الذهني الاجتماعات [2].

**فن إدارة الاجتماعات:**

يصطدم رئيس الاجتماع أثناء جلساته بعدة تحديات و صعوبات ، لأنه يتعامل مع العديد من الأفراد ولكل منهم طبيعته الخاصة وخصائصه و أرائه وأفكاره...

و المتعامل معهم جميعا يحتاج إلى مهارة عالية لخلق التفاعل الايجابي، الذي يخدم هدف الاجتماع ويؤدي للوصول إلى نتائج واضحة.

تتطلب مهارة السيطرة على الاجتماع ثلاث مقومات :

- التعرف على الأنماط البشرية المشاركة في الاجتماعات، بهدف توفير القدرة على إدارتها ، وضمان حسن التعامل معها بما يحقق هدف الاجتماع .
- التعرف على بعض النظريات التي تساعد على مزيد من التفاعل، ذلك بهدف اكتساب مهارة إدارة المواقف بشكل عام، بما يصب في النهاية في اتجاه تحقيق الهدف.
- كيفية السيطرة على الاجتماع من خلال القدرة والمهارة الإدارية والتدريب المستمر والصقل للعناصر الإيجابية في الشخصية التي تدعم هذه القدرة وتلك المهارة من خلال لمعرفة و الحماس و الممارسة [3] .

1- - محمد سيد فهمي، مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية،ط2،دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ،الإسكندرية ،مصر ،2011،ص206.
2- -حسين جلوب، مهارات الاتصال الاتصال مع الآخرين،د.ط، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ،الأردن،2010،ص96.
3- محمد سيد فهمي، مرجع نفسه،ص207.

**تحديد أهداف الاجتماع :**

تعقد الاجتماعات لغرض محدد تسعى لتحقيقه ، ويكون هو الوسيلة المثلى لتحقيق هذا الهدف، وعلى ذلك فأنه لإنجاح اجتماع ما ،يجب ان نحدد الهدف منه أولا، وكلما كان الهدف واضحا و محددا و معبرا عن أمال المشاركين فيه ،كلما ساعد ذلك على إنجاح هذا الاجتماع ، يمكننا الإشارة هنا إلى بعض الأهداف المتعارف عليها عند الرغبة في اجتماع ما ومن هذه الأهداف نذكر:

- طرح المعلومات وتبادل الأفكار والآراء حول موضوع معين .
- دراسة ظاهرة أو مشكلة ما و تحديد أبعادها
- دراسة موضوع متخصص بغرض الوصول إلى توصيات أو قرارات بشأنه

الحصول على موافقة أو مساندة اتجاه موضوع ما وإعداد تقرير عن مسألة معينة.

-إن الاجتماع قد يشتمل على أكثر من هدف ، أو يخصص لدراسة أكثر من موضوع واحد في نفس الوقت [1] .

**المطلب الرابع : مهارة الاتصال الرقمي**

بدأ الاتصال الرقمي مع بداية استخدام الحاسب الالي حيث تبع ذلك إعداد البرامج التي من خلالها تعد الرسائل كنظام ميكروسوفت ،كما توافرت برامج مخصصة في ادارة عمل الشبكات وتوفير المسارات الخاصة لكل مستخدم و تنظيم أولويات استخدام قواعد البيانات ومراقبة تشغيل الشبكة، لذا لابد من الاستعمال الجيد للوسائل التكنولوجية الحديثة للعملية الاتصالية خاصة بعد التقدم التكنولوجي لنظام المعلومات، و لضمان فاعلية عملية الاتصال يتطلب الامر مهارة في استخدام هذه الوسيلة ( الحاسوب و نظام المعلومات). نظرا لما تحققه من مزيا بأقل جهد و وقت، يعجز العقل البشري عن الوصول اليها [2] .

---

1- حسين جلوب، مرجع نفسه، ص 93.
2- مرجع نفسه، ص33

# الفصل الثاني

# ماهية العلاقات العامة

## المبحث الأول : مفهوم العلاقات العامة

### المطلب الأول : تعريف العلاقات العامة

إختلفت التعريفات التي أعطيت لمفهوم العلاقات العامة ' ويرجع ذلك إلى الإختلاف في الفلسفات التي ينطلق منها المفكرون في تعريف العلاقات العامة , لذا لم يتم التوصل لتعريف جامع مانع له .

**أ- لغة :** العلاقات العامة مكونة من مصطلحين هما العلاقات و العامة :

- **العلاقات :** جمع علاقات وعلائق , وهي رابطة بين شخصين أو شيئين .
- **العامة :** جمع عوام وهي صيغة مؤنث العام , يقصد بها عامة الناس [1] .

**ب- إصطلاحا :**

عرف **المعهد البريطاني** العلاقات العامة بأنها : "جهود مخططة ومستمرة تهدف إلي إقامة تفاهم دائم بين المؤسسة و جمهورها " [2] .

وجاء في قاموس أكسفورد تعريف العلاقات العامة كالأتي :" العلاقات العامة هي الفن القائم على أسس علمية لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي و الخارجي لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم و المعايير الإجتماعية و القوانين و الأخلاق العامة بالمجتمع " [3] .

---

1-, أحمد مختار عمر , معجم اللغة العربية المعاصرة القاهرة : عالم الكتب , ط1 ,2008 , ص 1538, 1557.

2- محمود محمد الجوهري , العلاقات العامة بين الإدارة و الإعلام , مكتبة أنجلو المصرية , القاهرة, 1968 .ص 10

3- عبد الرزاق محمد الدايمي , العلاقات العامة – رؤية معاصرة –عمان : دار وائل للنشر و التوزيع ,ط1, 2005,ص 32 .

كما يعرفها **المركز الأوربي للعلاقات العامة** بكونها وظيفة أو نشاط إداري لمؤسسة أو منظمة عامة أو خاصة , وتزيد العلاقات العامة خلق , توطيد , محافظة وتحسين ثقة و تعاطف وتوافق المنظمة مع الجمهور الداخلي أو الخارجي حيث تثبت وجودها في المجموعات الذين هم عمالها [1] .

تعريف **الجمعية الدولية للعلاقات العامة** : إن العلاقات العامة وظيفة إدارية ذات طابع مخطط و مستمر تهدف من خلالها المنظمات أو الهيئات العامة و الخاصة إلى كسب والمحافظة على تفهم و تعاطف وتأييد أولائك الذين تهتم بهم , وذلك عن طريق تقييم الرأي العام المتعلق بها من أجل رسم سياستها و إجراءاتها قدر الإمكان لتحقيق تعاون مثمر وتحقيق المصالح العامة بدرجة أكفاء عن طريق المعلومات المخططة ونشرها [2] .

وقد تم تعريفها من طرف علماء وخبراء وممارسي للعلاقات العامة :

تعريف " جيمس سواتر " :هي عملية مستمرة تسعي الإدارة من خلالها إلي المحافظة وتعزيز الفهم و الثقة بين الزبائن و المساهمين و المستخدمين وجيران المؤسسة والحكومة و الجمهور بشكل عام , وذلك من خلال التحليل الذاتي والتصويت داخليا من خلال جميع أساليب التغيير خارجيا .

ويعرفها "أرنوف وباسكن " : هي وظيفة إدارية تساعد في تحديد أهداف المنظمة , وتسهل التغيير فيها ويقوم ممارسوا العلاقات العامة بالإتصال مع الجمهور الداخلي و الخارجي الذين لهم صلة وذلك بخلق التماسك بين أهداف المنظمة والتوقعات المجتمعية ويطور ممارسوا العلاقات العامة وينفذون ويقيمون برامج المؤسسات و الجماهير [3] .

---

1- جمال أبو شنب , العلاقات الإنسانية دراسة في مهارة الإتصال و التعامل , مصر , دار المعرفة الجامعية , 2009 , ص 65

2-أحمد عبد الفتاح محمد , العلاقات العامة في المؤسسات الإجتماعية - أسس و مبادئ – ط2 , المكتب العلمي للكومبيوتر و النشر والتوزيع , مصر , 1997 , ص 26

3-صالح خليل أبو أصبع ,العلاقات العامة و الإتصال الإنساني , دار الشروق , ط1 , عمان , ص83 .

يعرفها " دريكس هارلو " : هي وظيفة مميزة للإدارة تساعد و تحافظ على خطوط الإتصال المتبادل.و للفهم و التعاون بين المؤسسة و جماهيرها ، و تشمل إدارة المشاكل أو القضايا و تساعد الإدارة على علم بالرأي العام و تستجيب له، و تحددو توكد مسؤولية العلاقة لخدمة مصالح الجمهور و تساعد الإدارة على بقاء اليقظة للتغيير تخدم كنظام تحذير مبكر للمساعدة في توقيع الإتجاهات و تستخدم البحث و الصوت و تكتيكات الإتصال الأخلاقية كأدوات رئيسية [1] .

و يعرفها "كانفيلد بتران" : بأنها الفسلفة الاجتماعية للإدارة و التي تعبر عنها من خلال أنشطتها و سياستها المعلنة للجمهور لكسب ثقته و تفهمه [2] .

و يرى" فيز وولد " : العلاقات العامة العامة هي الوظيفة التي تقوم بها الإدارة لتقويم الإتجاهات و تحديد سياسة الفرد أو المنظمة بما يتفق مع مصلحة الجمهور و تنفيذ برنامج يهدف إلى كسب رضا الجمهور و تفهمه [3] .

1- صالح خليل أبو صبع , العلاقات العامة و الإتصال الإنساني , مرجع سابق , ص 85

2- جميل أحمد خضر , العلاقات العامة , الميسرة للنشر و التوزيع , بدون طبعة , 1998 .ص 23 – 24

3- أحمد محمد المصري , العلاقات العامة , مؤسسة شباب جامعة الإسكندرية ,دط , 2002 ,

**المطلب الثاني : مبادئ وخصائص العلاقات العامة**

أ- مبادئ العلاقات العامة: من خلال التعاريف الكثيرة للعلاقات العامة وتحديد مفهومها، يمكن القول بأن هذا النشاط الإنساني يستند إلى المبادئ الأتية :

1. إن العلاقات العامة هي وظيفة ادارية مستمرة ومخططة، تحتاج الى ممارسة العملية الإدارية كالتخطيط والبحث العلمي والتنظيم والتنسيق والتقييم شأنها شأن وظائف المؤسسة الأخرى [1].

2. تقوم بين طرفين كلاهما مؤثرة ومتأثرة في الوقت نفسه، فهي تتصف بالديناميكية والحيوية وقوة الفاعلية ،فالعلاقات العامة تقوم على الأخذ والعطاء والفهم المتبادل والإستجابة المباشرة والإيجابية من جانب كل من الطرفين، وهي سياسات وأعمال ثم اتصال وإعلام ، فهي تعكس وجهة نظر فئات الجمهور للمؤسسة، وتعكس وجهة نظر المؤسسة لفئات الجمهور فهي بذلك اتصال ذو اتجاهين [2] .

3. إنما تقتصر على مؤسسات معينة، بل انها تشمل جميع المؤسسات الحكومية والخاصة سواء كانت تجارية ام صناعية ام اجتماعية .

4. أهمية العنصر الأخلاقي في ممارسة نشاط العلاقات العامة، وهذا يتضمن الفلسفة العامة للمؤسسة وإحساسها بمسؤوليتها الإجتماعية، والتزامها الصدق، فيها يصدر عنها من معلومات، وكذلك قيامها بتنمية الثقة والإحترام المتبادل بين طرفين (مؤسسة وجمهورها)
5. معرفة بالأساليب النظرية والعلمية لتشكيل الاتجاهات وتغييرها، وهذا يستوجب تفهما لطبيعة السلوك البشري.

6. ضرور ة جعل العلاقات العامة مسؤولية الإدارة العليا حيث لابد أن تكون برامجها متطابقة مع سياسات المؤسسة، كما أن سياسات المؤسسة يجب ان تلتقي مصالح الجماهير المختلفة.

7. يرتبط نشاط العلاقات العامة بشكل رئيس بالراي العام، حيث من دون وجود الجمهور ال يكون هناك نشاط للعلاقات العامة، فهي تعمل على تبادل التفاهم مع الرأي العام على أساس من الحقيقة والصدق لكسب تعاطفه وثقته، فعندما يكون للرأي العام قيمة وأهمية بالنسبة لإدارة المؤسسة يمكن للعلاقات العامة أن تؤدي دورها بشكل فعال [3].

---

1-حسين محمد علي، المسارات الصحيحة لوظيفة العلاقات العامة في الأزمات، المجلة العربية للإدارة، المجلد السابع، العدد الثالث، القاهرة، 38 يناير، 1925م، ص45

2-احمد كمال احمد، العلاقات العامة، الطبعة الثانية، القاهرة، مكتبة القاهرة الحديثة، 1992م، ص22.

3-حسين محمد علي، المدخل المعاصر لمفاهيم وظائف العلاقات العامة، الطبعة الأولى، القاهرة، مكتبة أنجلو المصريةّ، 1922م،ص132.

## المطلب الثالث : أنواع العلاقات العامة

توجد معايير عديدة لتصنيف العلاقات العامة، فهناك من يصنفها من حيث طبيعة الإتصال وهناك من يقسمها من حيث طبيعة النشاط الممارس وإختصاصاته، وآخرون يقسمونها وفقا لمجالات التطبيق وفريق رابع يقسمها وفقا لنوع الجمهور.

**1- من حيث طبيعة الإتصال :** يمكن تقسيم العلاقات العامة إلى نوعي بسيطة ومركبة.

**أ-العلاقات العامة البسيطة:**

هي تلك العلاقات التي تنشأ بالإتصال بين طرفين ، وسميت بالبسيطة لأن الإتصال أمر سهل وميسور بسبب سهولة الإتصال لشخصي بين الأفراد فلا نحتاج هنا لوسائل الإتصال الجماهيرية.

**ب-العلاقات العامة المركبة:**

وهي العلاقات التي تتميز بعدم جدوى الإتصال الشخصي ، فنلجأ الى الإتصال الجماهيري ، وهذا النوع يستهدف جمهور اكبر و يحتاج إلى وسائل الإتصال الجماهيرية ، وهي المهمة التي أصبح يقوم بها اليوم خبراء ومتخصصون في العلاقات العامة.

**من حيث طبيعة النشاط الممارس واختصاصه :** -2

**أ-علاقات اجتماعية** :

هي الروابط والآثار المتبادلة بين الأفراد في المجتمع ، وهي تنشأ من طبيعة اجتماعاتهم واحتكاك بعضهم البعض الآخر ويزداد اهتمام العلاقات الاجتماعية بالسلوك الاجتماعي بهدف تفهم طبيعة العلاقات الإجتماعية وهذه العلاقات تنقسم إلى :

**1-علاقة إجابية**: وهي تلك العلاقات التي تؤدي إلى الوفاق و الإنسجام بين مصالح الأفراد

داخل الجماعة الواحدة ، أو تجمع بين مصالح الجماعات الخارجية الأخرى و تسمى البناءة .

2-**علاقة سالبة** :تتمثل مظاهرها في الصراع و الخلاف الامر الذي قد يؤدي الى تقويض التنظيم الاجتماعي [1].

1- عبيدة صبدي , مسعودي كلثوم , مدخل إلي العلاقات العامة , ط1 , الجزائر , دار الخلدونية للنشر والتوزيع ,2010 ,ص87

**ب-العلاقات الانسانية:**

نشأت العلاقة الإنسانية منذ أن خلق الإنسان على وجه الأرض ، بين كل الجماعات سواء ظهرت في شكل أسر أو قبيلة أو في صورة هيئة أو مؤسسة. ولما كانت المؤسسات الصناعية تضم جماعات عديدة من عمال يعملون في مهنة واحدة ، كان لابد أن تنظم العلاقات بينهم على أساس إنساني وبذلك فإن فكرة العلاقات الصناعية، هي كيفية الربط بين عوامل الإنتاج وبين الإنسان، وذلك بخلق روح الإخاء بين الأفراد و وظائفهم ، وإزالة أسباب المنازعات العمالية، وتعرف العلاقات الإنسانية في الصناعة بأنها خلق جو من الثقة و الإحترام المتبادل و التعارف الفعال بين أصحاب العمل والعمال بهدف زيادة الإنتاج كما تساعد على تفشي روح الجماعة و الرابطة القوية بين الفرد و العامل و المؤسسة [1] .

**جـــ - العلاقات الصناعية:**

هي علاقات العمل ، التي تنشأ و تنمو بسبب الاستخدام ، وهي تلك العلاقات بين العمال و الموظفين وبين رؤسائهم أو مديرهم ، وكذا علاقتهم مع المؤسسة التي تستخدمهم، كما تتمثل العلاقات بين الإدارة ، و نقابات العمال ، و بين أصحاب العمل ، ومؤسسات العمل ، والحكومة وعلاقات العمل هي علاقات إنسانية متطورة تتأثر بالبيئات المادية وما يطرأ عليها من تعديلات فالمؤسسة الصناعية بحاجة دائمة إلى تنمية الإتصالات [2] .

**3 -تقسيم العلاقات العامة وفقا مجالات التطبيق:**

يمكن ان تصنف العلاقات العامة في هذا المجال إلى تصنيفات اهمها:

أ- العلاقات العامة في المؤسسات التجارية: مثل علاقات المنتج مع كل من المورد والمستهلك وكذلك العلاقات بين أقسام المؤسسة التجارية المختلفة، والعلاقات العامة في الأسواق والتجارة وتعني الخدمة الحقيقية للعمل، القائمة على العلاقة المتبادلة المفعمة بالأمانة والصدق، حيث يصبح رضا العميل عن المؤسسة وثقته فيها ناتجة عن اقتناع ، وتقوم بتأكيد الصورة الإجابية للمؤسسة في المجتمع [3] .

---

1- محمد حربي حسن، العلاقات العامة المفاهيم و التطبيقات، العراق دار الحكمة للطباعة و النشر. 1991 ،ص 13.

2 - سامية لعجال ، سليمة بوزيد ، العلاقات العامة في المنظمة بين المفهوم و الوظيفة ، مجلة كلية الأداب و العلوم الانسانية و الاجتماعية، العدد 02 و 03 جامعة بسكرة ، جانفي ،جوان 2008،ص 10 .

3 -رزيقة لقصير ،دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة دراسة ميدانية لمؤسسة الأملاح بقسنطينة ، مذكرة ماجستر ،جامعة قسنطينة : كلية علوم الإعلام و الإتصال ، 2006 ، 2007، ص 75.

**ب- العلاقات العامة في المؤسسات الصناعية :**

أصبح المسئولون عن هذه المؤسسات الصناعية في كثير من المجتمعات الحديثة ، وخاصة المتقدمة منها يؤمنون بضرورة وجود جهاز متخصص و مسؤول عن رعاية ثقة الجماهير ، ودعمها والمحافظة عليها، أي بضرورة وجود جهاز العلاقات العامة إلى جانب الأجهزة الأخرى المتخصصة في مجالات الإنتاج ، والمبيعات ،الحسابات ويصبح هذا الجهاز مسؤول عن خلق الثقة مع الجماهير، ودعمها والمحافظة عليها ، مما جعل المناخ الذي تمارس فيه المؤسسة نشاطها أكثر ملائمة، باعتبار أن إدارة العلاقات العامة للمصانع الحديثة تعمل بجهد لتوفير أسباب الراحة المادية والنفسية للعامل وأسرته، ورفع مستواه من النواحي الثقافية في عمله والنواحي المعيشية والإجتماعية

**ج—العلاقات العامة في المؤسسات المالية:**

ويقصد بها البنوك بجميع أنواعها والثقة بالنسبة لها أمر حيوي وبالغ الحساسية، لأنها لا توفر سلعة مادية ولكنها تقدم خدمة إلى عملائها ولذلك فإن جناحها يتوقف أساسا على كيفية تقدمي هذه الخدمة، والتي تعتمد بدورها اعتمادا بالغا على العامل الإنساني ، ولا يستطيع النجاح إلا من خلال إرضاء عملائه بما يقدمه من خدمات ترتقي إلى مستوى حاجاتهم و تفضيلاتهم [1].

**د- العلاقات العامة في المؤسسات الإجتماعية:**

يقصد بالمؤسسات الاجتماعية تلك المؤسسات التي لا تهدف الربح فيما تقوم به من أجل المجتمع المحلي من خدمات مثل مؤسسات رعاية الأحداث، وذوي الإحتياجات الخاصة و النوادي الرياضية وغيرها من المجالات الاجتماعية ، كما تهدف العلاقات العامة بالمؤسسات الاجتماعية على تكوين دورة مشرقة عنها وزرع الثقة بها والحصول على تبرعات لها ودعمها من قبل الجمهور وحث الناس على التطوع بأنشطتها [2] .

**د- العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية:**

تعتبر الوسائل الإعلامية من الوسائل المهمة للعلاقات الحديثة ، كوهنا مجال من مجالات التي تقوم فيها العلاقات العامة في المجتمع الحديث ، من خلا بث برامجها و تحقيق غاياتها و إبراز سياسة البناء الجدية ، تبادل المعلومات الهامة و نشر المعلومات الفنية بغرض الإنسجام الإجتماعي [3] .

---

1-زكي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، الإتصال والعلاقات ، ط1 ،الأردن، دار صفاء للنشر و التوزيع عمان، 2005ص.205

2- صالح خليل أبو صبع، العلاقات العامة و الإتصال الإنساني ، ط3 ،الأردن، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان 1998، ص 105 .

3_غريب عبد السميع، الإتصال و العلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مصر: مؤسسة شباب الجامعة.2006 ،ص96

**ه- العلاقات العامة في المجال السياسي والحكومي:**

يعتبر الساسة من الرواد الأوائل في الإستفادة من فنون العلاقات العامة، والعلاقات العامة السياسية أكثر أنواع العلاقات العامة استخداما في المؤتمرات الدولية، وأعقد ميادين التخصص هي العلاقات العامة الدولية بتأكيد ضرورة التوافق في الأقطار المختلفة فلقد أصبح رجل العلاقات العامة شخصا لا غنى عنه لأي سياسي في العصر الحديث يبرمج له الخطب، ويكتب له الرسائل الصحفية، ويعلن برامجه وتحركاته ويعمل كحلقة وصل بينه وبين جماهير الناخبين ، يستقطب تأييدهم ويحمل عنهم آرائهم وطموحاتهم السياسية.

**4-تقسيم العلاقات وفقا لنوع الجمهور:**

وتنقسم العلاقات العامة في إطار هذا التقسيم إلى أنواع عديدة مثل:

-العلاقات مع العمال.

- العلاقات مع الموردين.

- العلاقات مع المساهمين

-العلاقات مع الموزعين [1]

**5-العلاقات العامة الإلكترونية :**

تحتاج العلاقات العامة الحديثة في ممارستها أنشطتها إلى وسيلة الكترونية حديثة لتسليم المعلومات ، و التعرف على جمهورها الداخلي والخارجي ، و الإتصال بهم لتشمل هذه الوسائل على البريد الإلكتروني و صفحات الويب الإرتباطات ، الصور الرقمية الرموز ، البرامج والوسائل الأخرى ، و القائم على العلاقات العامة و إلمامه باستخدام الحواسيب الإلكترونية ، أصبح ضرورة من ضروريات هذا العصر نظرا لما تؤديه من مهام و ما تحققه من مزايا يعجز العقل البشري عن تحقيقها [2].

1- عبد الرزاق ديلمي. العلاقات العامة في المجال الدولي، ط2 ،الأردن: دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع2015 ، ص110

2-أحمد أمين محمد عتوم، أهمية الأنشطة الإتصالية في عمل العلاقات العامة ،(مذكرة ماجستر في الإعلام، جامع الشرق الأوسط للدراسات العليا،عمان،2010 ،ص(40-41).

**المطلب الرابع: وظائف العلاقات العامة**

بدأت العلاقات العامة في تنمية العلاقات العامة ، وبناء العلاقات العامة ، وبناء العلاقات العامة ، وبناء العلاقات العامة ، وبناءً الراغبين في الاستقرار وقيام المؤسسات المستقلة ، تأسيس مؤسسات في تلك المؤسسات.

وذهب كثير من الباحثين والدارسين إلى تحديد وظائف رئيسية للعلاقات العامة:

**1-البحث:** ونعني به القيام بمجموعة الدراسات المتعلقة بقياس الرأي العام من جماهير داخلية وخارجية وجمع البيانات والمعلومات الخاصة بذلك، ومن ثم الوقوف على مدى نجاح الحملات والبرامج الإعلامية.

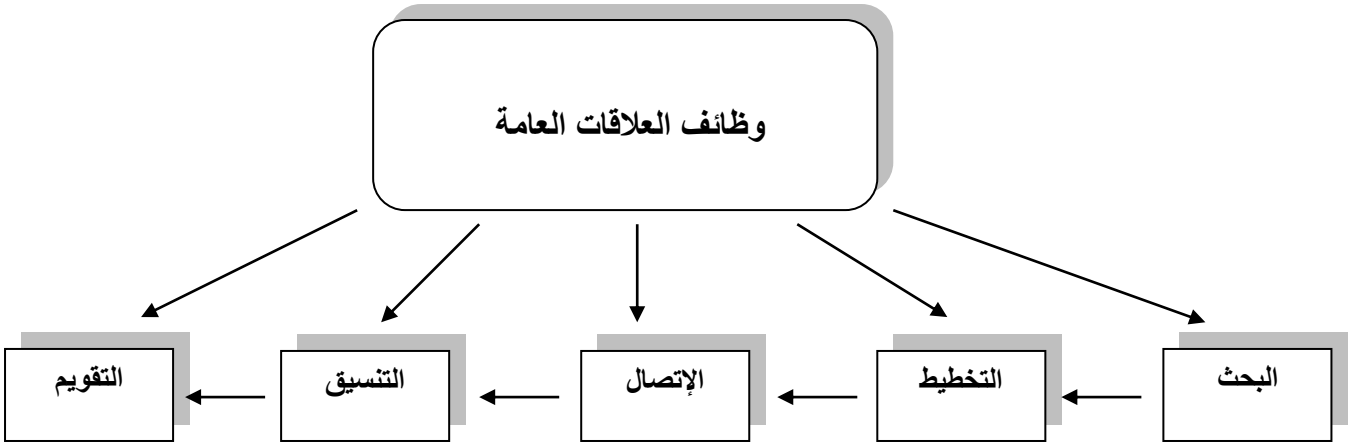
**2.التخطيط:** ويقصد به تحديد الأهداف القصيرة والطويلة المدى والتي تعمل المنظمة على تحقيقها، و رسم سياسة العلاقات العامة وتحديد الميزانية.

**3. الاتصال:** وهو تحديد الوسائل الاتصالية الإعلامية وأسلوب الاتصال بالجماهير المستهدفة بهدف تنفيذ الخطط المرسومة.

**4 .التنسيق:** وهو تحقيق الانسجام و التنسيق مع كافة أنشطة الإدارات الأخرى بالمؤسسة وأنشطة العلاقات العامة من أجل الوصول إلى الأهداف المرجوة بكفاءة عالية.

**5.التقويم:** أي مقارنة نتائج برامج العلاقات العامة مع ما تم التخطيط له. وتحديد النقائص والأخطاء من أجل تصحيحيها والوصول إلى الأهداف المنشودة [1] .

وهذا ما يوضحه الشكل الآتي:




1-عبد الرزاق محمد الديلمي، العلاقات العامة والعولمة ، (عمان: دار جرير للنشر والتوزيع، ط 1، 2005)، ص 72-73،

وهناك من يضيف ثلاثة وظائف أخرى وهي كالتالي:

- ✓ **الإدارة**: بمعنى تسيير و إدارة البرامج والأنشطة والميزانية.
- ✓ **التدريب:** ويقصد به تمرين العاملين والموظفين في الإدارات على التعامل مع وسائل الإعلام ومع الجمهور.
- ✓ **الإنتاج :** أي القيام بالأفلام السينمائية حول نوعية الإنتاج، وتوجيهها للعاملين من أجل توعيتهم [1] .

ويحدد" فيليب ليزلي" lesly Philipe وظائف العلاقات العامة كالآتي:

- ملاحظة التغيرات في اتجاهات الرأي العام

- مساعدة المؤسسة على التعامل مع هذه الاتجاهات وتحقيق التوافق والتكيف معها.

-وضع البرامج المناسبة لتحقيق التوافق مع الجماهير و ميولاتها.

-مساندة المؤسسة على توفير الجو المستقبلي للاتجاه الذي ستتعامل معه المنظمة [2] .

وقد قسم "فيرن بيرن" وظائف العلاقات العامة كما يلي:

1 .تفسير وشرح سياسات المؤسسة ونشاطاتها إلى جماهيرها.

2 .تفسير الأعمال الآنية والمستقبلية لهذه الجماهير إلى المؤسسة نفسها.

وحددت جمعية العلاقات العامة الأمريكية وظائف العلاقات العامة في ثمانية نقاط هي: كتابة التقارير الصحفية، وبرامج الراديو والتلفزيون والخط، والمقالات وإنتاج المواد الإعلامية والفنية.

تحرير نشرات الصحافة وتقارير المساهمين، والمخاطبات التي توجهها الإدارة إلى جماهير المؤسسة الداخلية والخارجية.

الاتصال بالصحافة والإذاعة والتلفزيون والمجلات قصد توجيه اهتمامهم لنشر الأخبار المتعلقة بالمؤسسة [3].

---

1-محمد الدبس ، الإتصال والعلاقات العامة في إدارة المكتبات ومراكز المعلومات، (الأردن: إثراء للنشر والتوزيع، ط 1، 2011) ص 67.

2- طاهر مرسي عطفة، فن وعلم العلاقات العامة، (القاهرة: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، 1994)، ص 34.

3- عبد الرزاق محمد الديلمي، نفس المرجع، ص67 .

## المبحث الثاني : تنظيم و إدارة العلاقة العامة

### المطلب الأول : وسائل الإتصال في العلاقات العامة

وسائل الاتصال في العلاقات العامة :

الإتصال في أبسط نماذجه هو عبارة عن :

القائم بالإتصال ← الرسالة ← الوسيلة ← الجمهور ← الأثر

- ✓ ـ القائم بالاتصال :هو إدارة العلاقات العامة التي تقوم بإجراء البحوث لجمع المعلومات و إعداد الخطة و وتقييمها .
- ✓ -**الرسالة:**هي المضمون الذي تصممه الإدارة للجمهور المستهدف من خلال الوسيلة المناسبة.
- ✓ ـ **الوسيلة** : ويتم اختيارها تبعا للخطة التي يتم إعدادها و تبعا لنوعية الجمهور المستهدف لتحقيق الهدف.
- ✓ -**الجمهور:** وهو الجمهور المستهدف من الخطة "داخلي او خارجي "
- ✓ ـ **الأثر** : وهو التأثر الذي تحققه الرسالة عبر الوسيلة إلى جمهورها المستهدف [1] .
- ✓ و فيما يلي أشكال الإتصال في العلاقات العامة الذي يتم من خلاله تنفيذ خطة العلاقات العامة و تنقسم و سائل الإتصال من حيث تأثيرها إلى :

**و سائل الاتصال الداخلية :** و هي التي تعدها المؤسسة و التي تكون موجهة إلى جماهيرها الداخلية فالعلاقات العامة من الموظفين و الجمهور الداخلي تعتبر من أهم العلاقات التي تهم إدارة المؤسسة وبالذات العلاقات أمثلة وسائل الإتصال الداخلية :

مطبوعات المؤسسة ، لوحات الإعلانات الداخلية ، و هذه الوسائل تتميز بتوافر الخبرة لحدوث الإتصال في اتجاهين ووجود التغذية العكسية في الوقت الإتصالي و يحقق بذلك تفاعلا كاملا بين المرسل و المستقبل .

1-عصام الدين فرج ، أسس العلاقات العامة ، دار النهضة العربية ، مصر ، 2008 ، ص 89 .

**وسائل الاتصال الخارجي:** هي تلك الوسائل التي تكون موجهة إلى جماهير المؤسسة الخارجية كالصحف و المجلات و الراديو و التلفزيون و غيرها و حتى يستطيع رجل العلاقات العامة أن يتعامل مع وسائل الإتصال الخارجية فعليه أن يفهم مزايا كل وسيلة ويقارن بين كافة الوسائل لاختيار أنسبها [1].

**وسائل الاتصال الغير لفظي :** من أهم هذه الوسائل نجد تعبيرات الوجه ، و حركات الجسم ووسائل التعبير بأشياء مادية مثل الملابس و الحلي ....الخ بالإضافة إلى المعدات و رغم أهميتها إلا أنها كادت أن تصبح عديمة الجدوى ما لم تتوفر لدى خبير المهارات الإتصالية العالية و القدرة على استخدام هذه الوسائل بكفاءة عالية.

**وسائل اتصال الشخصي :**ومن مميزاتها أن تكلفتها منخفضة و قدرتها على إيصال الرسالة الى الجمهور المستهدف وهي نوعان :

**أ- وسائل الاتصال الشخصي الغير مباشر** : و تنقسم الى :

-الإلكترونية: الهاتف التيلكس ، التلغراف الفاكس والبريد...الخ .

-الغير الإلكترونية: و تشمل الخطابات التقارير والرسائل .... الخ [2].

**ب- وسائل الاتصال الشخصي المباشر :** و تتمثل في : . الإجتماعات :و هي وسيلة يجتمع فيها الأفراد وجها لوجها لتبادل و جهات النظر فيه.

**ج- و سائل الاتصال الجمعي** : و المتمثلة في : صحف الحائط : تظم هذه الصحف معلومات و إخبار و إرشادات و توجيهات مصورة تهم العاملين بالمؤسسة . مجلة المؤسسة :هي أكثر الأدوات العلاقات العامة شيوعا و انتشارا و هي تسعى إلى تحقيق أهداف إدارة العلاقات العامة في المؤسسة.

1-محمد منير حجاب و سحر احمد وهبي ، المداخل الأساسية للعلاقات العامة ،دار الفجر ، القاهرة ، ص 152

2- محمد منير حجاب و سحر احمد وهبي ، نفس المرجع السابق ، ص 153

**لوحة الإعلانات :**هي الأداة الأكثر استخداما من قبل إدارة العلاقات العامة فهي تسهل مهنة الوصول إلى الجمهور الداخلي للمؤسسة .

**النشرات:** تسمى بالنشرات الداخلية عندما تستخدمها إدارة العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي و هي تصدر في شكل مطويات.

**الكتيبات :** صورة مصغرة من الكتيبات تتناول موضوع واحد بالتفصيل.

**الملصقات:** وهي عبارة عن لافتات مصورة كبيرة من الورق.

**الندوات :** يتم فيها تبادل المعلومات و الخبرات و التفاعل بين المرسل و الجمهور الخارجي ، تستخدمها إدارة العلاقات العامة في التعرف على أراء المتخصصة في بعض الموضوعات [1] .

**المحاضرات** :وهي وسيلة إتصال لفضية تستخدم لنقل الأفكار و المعلومات لإعداد كبيرة من الأفراد في نفس الوقت .

**المؤتمرات :**هي عبارة عن نقاش و تبادل فكري بين أعضائه لدراسة مشكلة أو قضية معينة قصد الوصول إلى أفكار و أراء و قرارات ملائمة من العمل على الإلتزام بتنفيذها.

**الزيارات :** و تعتبر الزيارات أكثر وسائل الإتصال تأثيرا على الناس ، لأنها أكثر إقناعا و أصدق تعبيرا للمؤسسة التي تستخدم هذه الوسيلة فإنها تقوم ببداية لصداقة طويلة تحافظ عليها بعد ذلك بإرسال المطبوعات و الكتيبات و الطبقات [2] .

ومنه نستنتج إن إدارة العلاقات العامة تعتمد على مجموعة كبيرة من الوسائل مكتوبة و مسموعة و مرئية من أجل نشر المعلومات و توفيرها للجماهير (داخليا و خارجيا) تستخدمها في عملياتها الإتصالية من أجل معرفة الرأي العام و تحسين سمعتها .

---

1-محمد ناجي الجوهري ، وسائل الإتصال في العلاقات العامة ، مكتبة الرائد ، الأردن ، 2000 ، ص 78

2- محمد ناجي الجوهري ، نفس المرجع ، ص 79 .

**المطلب الثاني : التنظيم الإداري للعلاقات العامة.**

تقوم وظيفة العلاقات العامة بأداء أعمال وأنشطة متعددة، قد يقوم بها فرد واحد في حالة المنظمات الصغيرة الحجم أو فريق عمل معين يتولى القيام بهذا المهام ونجده خاصة في المنظمات المتوسطة أو كبيرة الحجم .

وعموما فان هناك عدة طرق لتنظيم أعمال العلاقات العامة من بينها ما يلي:

- إنشاء إدارة خاصة بالعلاقات العامة.
- إسناد مهام العلاقات العامة لإدارة التسويق أو إدارة الأفراد مثلا أو أي إدارة أخري.
- الاستعانة بمكتب خبرة من خارج المنظمة(مكتب استشارة خارجي).
- تعيين مستشار العلاقات العامة يكون تابعا لرئيس مجلس الإدارة.
- الجمع بين الطريقة الأولي والثالثة [1] .

ولكل طريقة مزايا وعيوب خاصة بها، وبصفه عامة، يتوقف تنظيم أعمال إدارة العلاقات العامة على العوامل الآتية :

اتجاهات الإدارة العليا ومدى اقتناعها واعترافها بأهمية دور العلاقات العامة بالمنظمة

حجم الجماهير التي تتعامل معها المنظمة، ودرجة التباين في خصائصها.

الإمكانيات والموارد المالية المتاحة.

طبيعة نشاط المنظمة.

تعاظم تأثير جماعات الضغط الخارجي (نقابات العمال، النقابات المهنية، جماعات حماية المستهلك...الخ ). وكلما زاد اقتناع الإدارة العليا بأهمية دور العلاقات العامة، وكلما ازدادت حجم الجماهير الداخلية وتعاظم تأثير جماعات الضغط الخارجي، وكانت المنظمة خدمية، كلما ارتفعت مكانة وظيفة العلاقات العامة داخل التنظيم إلى مستوى الإدارة العليا تحت تبعية مجلس الإدارة، والمديرية العامة [2].

---

1-أبو قحف عبد السلام ، محاضرات في العلاقات العامة، الدار الجامعية ، بيروت ، لبنان ، 1994، ص 116 .

2- الجمال راسم محمد، عياد خيرات معوض ، إدارة العلاقات العامة (الدخل الاستراتيجي) ، الدار المصري اللبنانية ، القاهرة، مصر ، ط1 ، 2005 ، ص 32 .

وفيما يلي بعض نماذج تنظيم أعمال العلاقات العامة

**أولا: موقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمنظمة .**

يحدد موقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمنظمة مدى اهتمام الإدارة العليا بوظيفة العلاقات العامة ومدى مساهمة خبير العلاقات العامة في وضع السياسات والبرامج على أساس معرفي باتجاهات الرأي العام الداخلي والخارجي .

وفيما يلي بعض مواقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمنظمة .

**إدارة العلاقات العامة:** حيث يتم إنشاء إدارة خاصة بالعلاقات العامة تتموقع مباشرة تحت إدارة رئيس مجلس الإدارة، مما يتيح لمدير العلاقات العامة فرصة الاتصال المباشر بالرئيس، كذلك يكون اقرب إلى مصادر المعلومات، بحيث لا تفقد من صحتها ومصداقيتها عند انتقالها إليه . إن هذا التموقع يوضح مدى اهتمام الإدارة العليا بوظيفة العلاقات العامة ومدى اقتناعها بها كوظيفة ضرورية .

**قسم العلاقات العامة:** يتبع عادة إدارة التسويق، وهنا يكون مسؤول العلاقات العامة بعيدا عن مصدر اتخاذ القرار وبالتالي يقل تأثيره، كما تكون نشاطات العلاقات العامة موجهة غالبا للمستهلك.

**وحدة إدارية للعلاقات العامة:** يتم إنشاء وحدة إدارية للعلاقات العامة تلحق بكل إدارة تحتاج إليها، في هذه الحالة، يكون لدى المنظمة أكثر من وحدة إدارية للعلاقات العامة، مما ينتج عنه تكاليف إضافية، وكذلك احتمال ازدواجية الأعمال والأنشطة بين كل وحدة وأخرى ، ونظرا لأهمية العلاقات العامة في تحقيق الاتصال الفعال بين المنظمة وجماهيرها، فان أحسن موقع تنظيمي لها هو وضعها مباشرة تحت الإدارة العليا اعترفا بإسهاماتها وتسهيلا لمهامها [1] .

1- جودة محفوظ أحمد ، العلاقات العانة ( مفاهيم و مصطلحات) ، دار زهران للنشر ، القاهرة ، مصر ، ط3 ، 1999 ، ص 47، 50 .

**المطلب الثالث : الشروط الواجب توافرها في رجل العلاقات العامة :**

- **النشاط :**العلاقات العامة عمل مستمر حيوي ومتعدد المجالات وجهد متواصل مما يتطلب من يعمل بها بالقدرة على التحريك السريع وبذل أقصى الجهود لنجاح مهمته.
- **حسن المظهر والمنطق والجاذبية:** يعني سماحة الوجه ورقة الحديث والكلام وتناسق القوام وحسن الهندام والقدرة على التعبير الكلامي بشكل مؤثر، وان يتميز بالشخصية القوية والجذابة لينال إعجاب الآخرين ويرشدهم باللفظ والعبارة وقوة الشخصية.
- **الشخصية المستقرة والملتزمة:** لابد على رجل العلاقات العامة أن يتصف بالشخصية المستقرة الهادئة لتحقيق التفاهم مع الأفراد والجماعات وكسب تأييدهم.
- **الشجاعة:** على رجل العلاقات العامة ان يكون قوي لشخصية، متصفا بالشجاعة ليتمكن من عرض آرائها واقتراحاتها بقوة، والدفاع عن وجهة نظره، فرجل العلاقات العامة مسؤول عن إسداء النصح للمؤسسة، و أيضا مواطن الخلل ومصادر الأزمات و أسبابها قبل وقوعها
- **الإقناع:** من مميزات رجل العلاقات العامة ان يكون قادر على التأثير في نفوس الناس وإقناعهم بلباقة باعتباره خبير في النفس البشرية، والجماعة الإنسانية.
- **الذكاء:** البد أن يكون رجل العلاقات العامة ذكيا، لأن الذكاء عنصر مهم في تكوين شخصيته.
- **التكييف:** يعتبر التكييف عامل أساسي في العلاقات العامة الطيبة لأن من واجبات العلاقات العامة تحقيق التفاهم عن طريق الإتصال بالآخرين فالمؤسسة التي لا تتكيف مع اتجاهات و أعمال الجمهور سيترتب عليها الفشل لأن هذا التكيف يرتكز على نقل المعلومات والإقناع.
- **الكياسة:** أن المثل الأعلى لرجل العلاقات العامة هو الاتصاف بالكياسة ودقة السلوك .
- **الاستقامة والصدق:** ينبغي على كل من يعمل في العلاقات العامة أن يكون قادرا على عرض الحقائق عرضا سليما على الجمهور لأن الأخلاق الفاضلة من الصفات الإجتماعية التي يؤكد عليها المجتمع والدين.
- **الموضوعية:** تعني التجرد من الآراء والأفكار والإتجاهات والمعتقدات فمن الضروري أن يكون رجل العلاقات العامة موضوعيا مع نفسه فإن لم يكن كذلك فسوف يكون من العسير أن يكون موضوعيا اتجاه الآخرين [1].

1-رافع أحمد أبو الزيت دراغمة , **دور دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مع مجتمع الطلبة** ,دراسة مسحية مقارنة مذكرة لنيل شهادة الدكتوراة في العلاقات العامة ' جامعة لاهاي ' 2011 ' ص 71

- **الخيال الخصب:** العلاقات العامة وظيفة خلاقة تعتمد على الإبتكار في مواجهة المشكلات الجديدة والتغلب على الآراء المعارضة في إضعافها لكسب فئات جديدة من الجماهير كما لابد أن يتميز بالخلق والإبداع والمبادرة .

بالإضافة إلى مواصفات أخرى يشترط أن تكون متوفرة فيمن يعمل في مجال العلاقات العامة حتى يكون ناجحا في أداء مهمته وجب عليه الإلمام بما يلي:

**القدرة اللغوية:** فعلى رجل العلاقات العامة أن يكون ملما باللغات التي يستخدمها وكذلك ملما بأبعاد الكلمة والمعاني المختلفة لها وكذلك أساليب التعامل مع الآخرين.

**الإلمام بمبادئ علمي النفس والإجتماع:** بما يمكنه من التأثير في الدوافع والسلوك ومصادر الإتجاهات وتفهم طبيعة الجماعات و أنماط الإتصال وقوة الروابط داخلها.

**الإلمام بعلم وفن الإدارة:** فرجل العالقات العامة يحتاج إلى المعرفة الإدارية التي تمكنه من تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة الأعمال داخل وحدته الإدارية وكذا فهم المنظمة التي يعمل بها وكيفية تحقيق أهدافها ودوره في ذلك [1].

1- محمد عبده حافظ , **العلاقات العامة** , ط1 , دار الفجر للنشر والتوزيع , القاهرة , 2009 , ص 120 – 121 .

# الإطار التطبيقي للدراسة

# الفصل الثالث

# دور مهارات الإتصال في دعم أنشطة العلاقات الخاصة بمؤسسة إتصالات الجزائر بالبرواقية

# الفصل الثالث :دور مهارات الاتصال في دعم أنشطة العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر بالبرواقية

## المبحث الأول: لمحة عن مؤسسة اتصالات الجزائر

### المطلب الأول:التعريف بمؤسسة اتصالات الجزائر

تعتبر "اتصالات الجزائر" مؤسسة ذات أسهم ،تعمل مؤسسة اتصالات الجزائر في سوق الشبكات وخدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية حليا أصبحت تعمل حتى في الاتصالات الالكترونية، أنشئت طبقا لقانون 2000/03،بتاريخ 05 أوت2000، المتعلق بإعادة هيكلة قطاع البريد و المواصلات . و الذي يفصل بين الأنشطة المتعلقة بالبريد و الأخرى المتعلقة بالاتصالات ، مما أعطاها طابع مؤسسة اقتصادية. بدأت مهامها رسميا من 2003/01/01.

كما تعتبر أيضا الوحدة العملية لاتصالات الجزائر بالمدية أنها مؤسسة خدماتية مالية تابعة للمديرية الإقليمية لولاية البليدة ، ولها 4 وكالات تابعة لها نذكرها : وكالة المدية ، وكالة البرواقية ، وكالة قصر البوخاري ، وكالة بني سليمان.

أما مؤسسة" اتصالات الجزائر"بالبرواقيةفبدأت مهامها في 31جويلية2007،بموجب قرار المدير العام لمجمع اتصالات الجزائر رقم 126/07.

تقوم الوكالة بتقديم خدمات التزويد بالأنترنت و الهاتف الثابت للمواطنين، مع صيانة الشبكة كما تقوم بإنشاء مواقع للشركات Idoom fibre/idoomadsl/idoom 4g lte.

و المؤسسات لتوضع على شبكة الأنترنت. فاقتحمت ميدان تكنولوجيات المعلومات والاتصالات لأهداف ثلاث :

-الفعالية

-المردودية

-نوعية الخدمة

مما سمحت الأهداف الثلاثة التي سطرتها المؤسسة ببقائها في الريادة وجعلها المتعامل رقم واحد في سوق اتصالات الجزائر[1]

## المطلب الثاني : الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر

يتكون الهيكل العام للفرع من:

-**مدير الوكالة التجارية** : يعين المدير العام ليتولى إدارة الفرع وتسييره، مهامه الأداء السليم ورضا العملاء ،التأكد من تحقيق الأهداف المحددة و تنفيذ الإستراتيجية التجارية للمؤسسة ،ضمان تداول المعلومات داخل الفرق...، له نائب مدير الذي يتولى مهام متابعة نشاطات الوكالة .

**1/ مصلحة المالية والمحاسبة:**تتكون من مكتبين:

مكتب المحاسبة

مكتب الميزانية

ومن مهامها تسيير ميزانية العمل وتمويل المعدات و التجهيزات اللازمة و القيام بشؤون المحاسبة خاصة تلك المتعلقة بمنقصات التنظيم و التوثيق.

**2/مصلحة المستخدمين :** وهي مؤلفة من مكتبين

مكتب تسيير شؤون الموظفين

مكتب الرواتب

مهمها الأساسي مراقبة الشؤون الأساسية للموظفين ومراقبة صب الرواتب ،ومعالجة المشاكل التي يواجهها الموظفين.

[1]- مقابلة مع مدير الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر البرواقية ، التعريف بمؤسسة اتصالات الجزائر المدية "البرواقية" بتاريخ 2022/05/20من الساعة 14:00/13:00.

**3/ مصلحة الشبكة القاعدية:** تضم

مكتب الاتصالات

مكتب إيصال المعلومات

مهامها متابعة تكيف التجهيزات ،ونقل المكالمات عبر الألياف البصرية وضمان وصولها

**4/مصلحة التشغيل :** تضم هذه المصلحة ثلاثة مكاتب نذكرها:

مكتب مهندس الخطوط

مكتب الدراسات و التوثيق

مكتب مراقبة الإنتاج

من أهم مهامها الصيانة ، الاهتمام بتوفير الجودة و متطلبات الزبائن

**5/ مصلحة التوجيه والاستقبال :**تتكون من ثلاثة مكاتب هي :

مكتب النوعية التجارية

مكتب الحسابات العامة

مكتب خدمات الزبائن

ومن أهم مهامها توفير حاجيات و نيل رضا الزبائن.

**6/ مصلحة الوسائل :** تضم ما يلي:

مكتب الحماية و الأمن

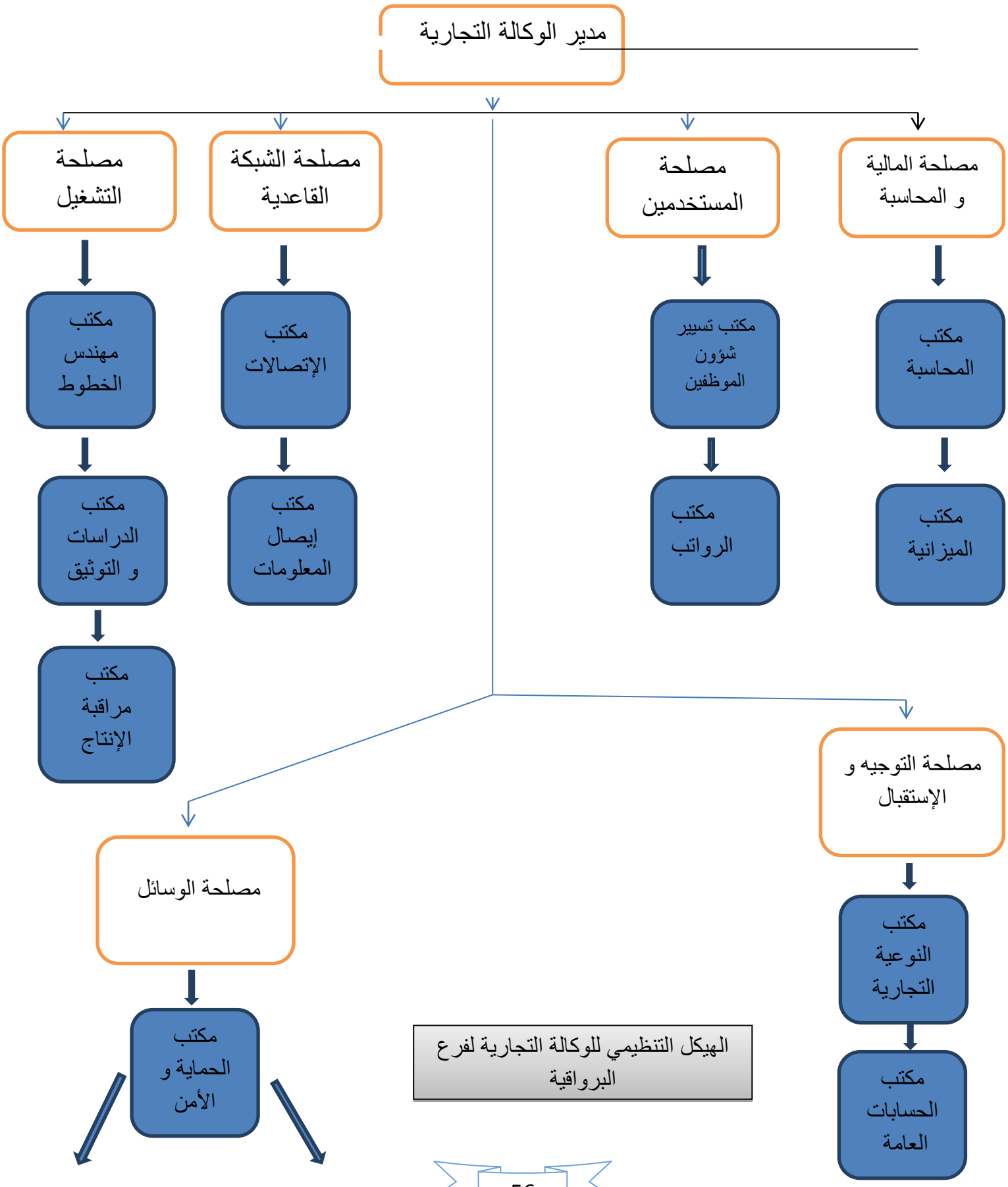
مكتب نقل المعدات و الكابلات

مكتب الصيانة و البيئة

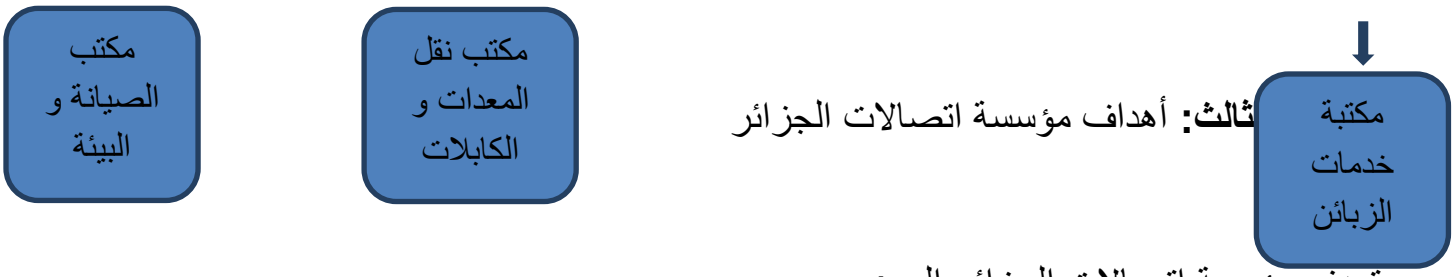
مهمتها نقل معدات المؤسسة وصيانتها ،و السهر على ضمان توفير الأمن الداخلي للمؤسسة.[1]

1- مقابلة مع مدير الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر البرواقية ، ابراز الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر المدية "البرواقية" ،يوم الخميس 20 ماي 2022على الساعة 14:00/13:00.

.




الهيكل التنظيمي للوكالة التجارية لفرع البرواقية




**ثالث:** أهداف مؤسسة اتصالات الجزائر

تهدف مؤسسة اتصالات الجزائر إلى :

*تقديم خدمات الاتصالات بما يسمح بنقل وتبادل الصوات والرسائل المكتوبة والمعطيات الرقمية ، و المعلومات السمعية البصرية.

*تسيير وتطوير الشبكات العامة و الخاصة.

*إنشاء وتسيير واستعمال اتصالات الربط المتبادل مع متعاملين الشبكات .

*ترقية نوعية الخدمات المقدمة ،وجعل خدمات الاتصالات أكثر منافسة.

*ترقية مجتمع المعلومات في الجزائر عامة وفي البرواقية خاصة.

*تطوير شبكة اتصالات وطنية لها مصداقية ، و الربط بالطرق السريعة للمعلومات.

*عرض الخدمات الهاتفية وتسهيل الولوج لخدمات الاتصالات لأكبر عدد من المستعملين وخاصة في المناطق النائية

*العمل على إرضاء الزبائن هو الرهان لبقاء المؤسسة ونجاحها

*تكوين الموظفين في مجال الإستقبال ،إدارة الأزمات و العلاقات العامة، قصد تنمية المهارات الاتصالية مع الوسائل الحديثة لتطوير الكفاءات و تنمية العنصر البشري

*العمل على إيصال الرسالة الإعلامية [1]

**المطلب الرابع:مهام إدارة العلاقات العامة في مؤسسة اتصالات الجزائر**

تتولى مصلحة العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمهام التالية :

**1/ المهمة الإعلامية** : وتظهر المهام الإعلامية لمصلحة الاتصال من خلال تدفق المعلومات على كافة المستويات الإدارية والتنفيذية في مؤسسة اتصالات الجزائر لولاية

[1]-https//www.algerietelecom.dz تم الاطلاع على صفحة الويب بتاريخ 2022/05/23على الساعة 20:53.

المدية.

وذلك على مستويين :

أ ـ **المستوى الداخلي** : يقوم القسم بمهمة الإعلام الداخلي فله دور فعال في تقديم الأخبار والمعلومات إلي العاملين في المؤسسة أي باستخدام كافة أو بعض وسائل الاتصال داخل المؤسسة .

ب ـ **المستوى الخارجي**: فيكمن الإعلام الخارجي بنشر الأخبار والمعلومات الدقيقة الصادقة على جمهور المؤسسة عن طريق وسائل الإعلام ،وكذا العمل على توطيد الصلة مع وسائل الإعلام المختلفة والمحافظة عليها .

جـ ـ يعمل المكلف بالاتصال على نشر المعلومات والبيانات الصحيحة وتوصيلها إلي الجماهير الداخلية والخارجية للمؤسسة ، وهنا لتعزيز الصورة الذهنية لدى جماهيرها .

د ـ يسعى القائم بالاتصال إلي جمع كل ما ينشر عن المؤسسة ، والاطلاع على كل المقالات التي تصدر من طرف الصحف ودراسة إمكانية الرد والتصحيح إذا كان ذلك يسيء بسمعة المؤسسة .

هـ ـ الاتصال الشخصي والدعوات والحفلات وأوجه النشاط المختلفة للمؤسسة فله دور في المشاركة في التظاهرات التي تنظمها الشركة أو المؤسسة العامة .

فهو يقوم بعمل حفلات ترفيهية خاصة بجمهور المؤسسة الداخلي حيث يحضر هذه الحفلات موظفو المؤسسة بكافة مستوياتهم الوظيفية .وقد تدعو المؤسسة المختارين من جمهورها الخارجي لحضور مثل هذه الحفلات وخاصة التي تنعقد بمناسبة تأسيس المؤسسة أو بمناسبة انضمام مدير جديد لها أو بمناسبة إنتاج منتج جديد أو غير ذلك .

ويقوم القائمون على هذا القسم بإجراء بحوث ودراسات خاصة ببيئة المؤسسة الخارجية **و** لهدف منها هو معرفة الانطباعات وردود أفعال الجمهور.[1]

[1]-https//www.algerietelecom.dz،تم الاطلاع على صفحة الويب بتاريخ 2022/05/23على الساعة20:30

**المبحث الثاني : تحليل بيانات الدراسة ونتائجها**

**المطلب الأول : عرض و تحليل البيانات**

**- تحليل الجداول البسيطة**

**الجدول رقم (01):يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.**

| التكرار / الجنس | التكرار | النسبة المئوية(%) |
|---|---|---|
| الانثى | 14 | 38.9% |
| الذكر | 22 | 61.1% |
| المجموع | 36 | 100% |

يوضح هذا الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس،حيث أن نسبة الذكور بلغت 61.1%ونسبة الإناث بلغت 38.9%حيث أن أغلبية المبحوثين كانوا من جنس الذكور.

**الجدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسبمتغيرالسن.**

| السن | التكرار | النسبة المئوية(%) |
|---|---|---|
| اقل من 25 سنة | 20 | %5.5 |
| 31-26 سنة | 11 | % 30.5 |
| 36-32 سنة | 07 | % 19.4 |
| أكثر من 36 سنة | 16 | % 44.6 |
| المجموع | 36 | % 100 |

يوضح لنا الجدول المبين أعلاه توزيع أفراد العينة حسب متغير السن، فنلاحظ أن الفئة التي تمثل أعلى نسبة هي فئة المبحوثين التي تتراوح أعمارهم -أكثر من36سنةأي **بنسبة44.6%**، ثم تليها الفئة العمرية ما بين **26-31 سنة** بنسبة% 30.5 أما

الفئة **32-36 سنة** تحصلت على نسبة مئوية **19.4%** وبعد ذلك تليها الفئة**اقل من 25 سنة** تحصلت على نسبة مئوية**5.5 %.**

**الجدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغيرالخبرة المهنية**

| التكرار / السنوات | التكرار | النسبة المئوية(%) |
|---|---|---|
| اقل من 5 سنوات | 07 | % 19.4 |
| من 5 إلى 10 سنوات | 05 | % 33.3 |
| من 10 فما فوق | 17 | % 47.3 |
| المجموع | 36 | % 100 |

من خلال الجدول المدون أعلاه يتبين لنا أن النسبة الأكبر من نصيب (من10 فما فوق) أي بنسبة47.3% ثمن 5 إلى 10 سنوات بنسبة 33.3% ، و تليها بعد ذلك الأقل من 5 سنوات بنسبة19.4%.

**الجدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوي التعليمي**

| | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| ابتدائي | 00 | % 00 |
| متوسط | 04 | % 11.1 |
| ثانوي | 7 | 19.4% |
| جامعي | 25 | 69.5% |
| المجموع | 36 | % 100 |

من خلال الجدول أعلاه وحسب المعطيات نلاحظ أن أغلبية المبحوثين جامعين بنسبة**69.5%** تليها نسبة**% 19.4** مستوى تعليمي ثانوي ،في حين نجد نسبة**11.1%**مستوى متوسط بينما نجد .نستنتج في الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين جامعيين أي أن أغلبية المبحوثين من الفئة المثقفة ذو مستوي عالي في التعليم .

**-الجدول رقم (05):توزيع أفراد العينة حسب طبيعة العمل**

| | التكرار | النسبة المئوية(%) |
|---|---|---|
| **دائم** | **31** | **86.1%** |
| **متعاقد** | **05** | **13.9%** |
| **المجموع** | **36** | **% 100** |

من خلال ما تم عرضه في الجدول السابق فإننا نلاحظ أنه غالبية العاملين **دائمين** بنسبة **86.1%**والباقي **متعاقدين** بـنسبة **13.9**%.

**الجدول رقم (06): يوضح توزيع أفراد العينة حسب تخصيص الإدارة لأيام الإستقبال**

| | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| **نعم** | **21** | **% 58.3** |
| **لا** | **15** | **% 41.7** |
| **المجموع** | **36** | **% 100** |

يتبين لنا من الجدول المبين أعلاه أن المبحوثين أفراد العينة قد أجابوا بنعم أي بنسبة **58.3%**متقدمة على الدرجة لا والتي نالت النسبة **41.7%.**

**الجدول رقم(07):يوضح تقييم أسلوب تعامل الإدارة مع الأقسام الأخرى .**

| التكرارات / الاجابة | التكرار | النسبة المئوية(%) |
|---|---|---|
| جيدة | 10 | % 27.7 |
| مقبول نوعا ما | 24 | % 66.6 |
| سيئة | 02 | % 5.7 |
| المجموع | 36 | % 100 |

يتضح من الجدول أعلاه أن الرد من طرف العاملين في المؤسسة كان بالاجابةمقبول نوعا ما وبنسبة 66.6% ثم تليها الإجابة بـجيدة وبنسبة **27.7%** لتأتي بعدها الإجابة سيئة أي بنسبة**5.7%.**

**-الجدول رقم (08): يوضح صعوبة نقل إنشغالات الموظفين للإدارة .**

| التكرارات / الاجابة | التكرار | النسبة المئوية(%) |
|---|---|---|
| نعم | 15 | % 77.6 |
| لا | 11 | % 18.9 |
| المجموع | 36 | % 100 |

تظهر النتائج بأن أفراد عينة العاملين قد أجابوا بالإجابة جيدة أي بنسبة**ٍ18.9**% ثم تليها المجموعة جيدة جدا بنسبة **17.9%**لتأتي في الأخير الإجابة بـسيئة بنسبة **3.5%.** و من خلال دافعيتهم وحبهم للعمل فيه والتفاني.

**-الجدول رقم (09): يوضح مدى تحصيل المبحوثين للمعلومات اللازمة لأداء العمل .**

| التكرارات / الإجابة | التكرار | النسبة المئوية(%) |
|---|---|---|
| دائما | 18 | % 50 |
| أحيانا | 14 | % 38.8 |
| نادرا | 04 | % 11.2 |
| المجموع | 36 | % 100 |

يبين الجدول أعلاه أن ما نسبته **50%** من المبحوثين تتحصل على المعلومات اللازمة لأداء العمل بشكل دائم، وفي المقابل نجد أحيانا نسبة **38.8%** على المعلومات ، أما نسبة **11.2%** فترى أنه نادرا ما تتحصل على تلك المعلومات من الإدارة.

**-الجدول رقم (10): يوضح استخدام المبحوثين للوسائل الاتصالية المعتمدة وفعاليتها في أداء العمل .**

| التكرارات / الإجابة | التكرار | النسبة المئوية(%) |
|---|---|---|
| نعم | 11 | % 30.5 |
| لا | 25 | % 69.5 |
| المجموع | 36 | % 100 |

يوضح الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين، ترى أن الوسائل الاتصالية المعتمدة في المؤسسة مناسبة لأداء العمل بنسبة **69.5%** ، يرجع ذلك إلى تنوع في الوسائل المستخدمة في حين تنفي ذلك نسبة **% 30.5.**

**-الجدول رقم (11): يوضح مشاركة العمال بالاجتماعات الموسعة بالإدارة**

| التكرارات / الإجابة | التكرار | النسبة المئوية(%) |
|---|---|---|
| نعم | 19 | % 52.7 |
| لا | 17 | % 47.3 |
| المجموع | 36 | % 100 |

يوضح الجدول أعلاه أن ما نسبته **% 52.7** عبرت عن مشاركتها في الاجتماعات التي تعقدها إدارة المؤسسة ، في حين تنفي ذلك نسبة **47.3%**.

**-الجدول رقم (12): تقييم علاقة الموظفين مع زملائهم بالأقسام الأخرى .**

| التكرارات / الاجابة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| جيدة | 18 | % 50 |
| مقبولة نوعا ما | 17 | % 42.2 |
| سيئة | 01 | % 2.8 |
| المجموع | 36 | % 100 |

يتضح من الجدول المبين أعلاه أن ما نسبته **50%** ، عبرت عن وجود علاقات جيدة في العمل بين مختلف العاملين ، وتبقى مقبولة نوعا ما هذه العلاقات عند نسبة **42.2%** ، بينما عبرت عكس ذلك نسبة **2.8%**منالمبحوثين أن العلاقات القائمة هي علاقة سيئة.

**-الجدول رقم (13): يوضح مشاركة الإدارة للمبحوثين في عملية اتخاذ القرار**

| التكرارات / الاجابة | التكرار | النسبة المئوية(%) |
|---|---|---|
| نعم | 10 | 27.7% |
| لا | 26 | 72.3% |
| المجموع | 36 | % 100 |

تعتبر مشاركة العامل في عملية اتخاذ القرار أحد أهم المؤشرات الدالة على نوعية طبيعة العلاقات السائدة داخل المؤسسة ،ومن خلال هذا عبرت نسبة **27.7 %**، عن استشارتهم و إشراكهم في عملية اتخاذ القرار ، بينما ترى أغلبية المبحوثين عكس ذلك، بنسبة**72.3 %**.

**-الجدول رقم (14): يوضح نوع الأسلوب الإتصالي المعتمد في المؤسسة .**

| التكرارات / الإجابة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| الأسلوب الشفهي | 13 | % 36.1 |
| الأسلوب الكتابي | 20 | % 55.5 |
| الأسلوب الالكتروني | 03 | % 8.4 |
| المجموع | 36 | % 100 |

يشير الجدول الموضح أعلاه، أن أغلبية المبحوثين يعتمدون على الأسلوب الكتابي في اتصالاتهم في العمل ،بنسبة **55.5%** ، في حين تعتمد نسبة **36.1%** على الأسلوب الشفهي في اتصالاتهم ، بينما تعتمد نسبة**8.4%** فقط على الأسلوب الالكتروني .

**-الجدول رقم (15): يوضح إستخدام المبحوثين للوسائط الإتصالية الجديدة .**

| التكرارات / الإجابة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| نعم | 27 | % 75 |
| لا | 09 | % 25 |
| المجموع | 58 | % 100 |

يعتبر استخدام الوسائط الاتصالية الجديدة في المؤسسة كمؤشر من المؤشرات الدالة على رغبة المؤسسة في تطوير إستراتيجية الاتصال داخل المؤسسة ، حيث أن استخدام العاملين للوسائط الاتصالية الجديدة و تحكمهم فيها بدى أكثر من ضروري في تطوير أداء العمل وتحقيق التنسيق و الانسجام بين العاملين .

في هذا الإطار عبرت أغلبية المبحوثين بنسبة **75%**، عن استخدامهم للوسائط الاتصالية الجديدة ، في حين تنتفي ذلك نسبة **25%**.

**-الجدول رقم (16): يوضح نوع الوسائط الإتصالية الجديدة المعتمدة في المؤسسة.**

| الإجابة | | التكرار | | النسبة |
|---|---|---|---|---|
| نعم | مواقع التواصل الاجتماعي | 30 | 10 | % 27.7 |
| | المواقع الالكترونية | | 18 | % 59.9 |
| | المدونات | | 02 | % 6.6 |
| | | | | |
| لا | | | 06 | % 16.6 |
| المجموع | | | 36 | % 100 |

تتنوع أساليب و أشكال الوسائط الاتصالية الجديدة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر –فرع البرواقية- بين مواقع التواصل الاجتماعي و المواقع الالكترونية والمدونات، هذا ما يعكس توجه المؤسسة نحو تطوير الآليات الاتصالية لتحقيق أهدافها .

هذا ما يبينه الجدول ، حيث نجد نسبة % 59.9 أن الوسائط الأكثر استخداما هي المواقع الالكترونية ، بينما % 27.7 من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ، في حين تستخدم 6.6% بصفة أساسية على المدونات.

**-الجدول رقم (17): يوضح مدى فعالية تحقيق الوسائل المعتمدة في تنسيق العمل .**

| التكرارات / الاجابة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| **نعم** | **32** | **% 88.89** |
| **لا** | **04** | **% 11.11** |
| **المجموع** | **36** | **% 100** |

يتضح من الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين ترى أن الوسائل المعتمدة في تنسيق العمل حققت فعاليتها و هذا ما توضحه نسبة الإجابة عنها و التي تمثلت في**% 88.89** بنعم ، حيث ترى عكس ذالك نسبة **% 11.11** من المبحوثين.

**-الجدول رقم(18): يوضح طريقة المبحوثين لطرح إنشغالاتهم للإدارة .**

| التكرارات / الاجابة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| **كتابة شكوى** | 10 | % 27.78 |
| **اتصال مباشر** | 14 | % 38.89 |
| **معا** | 12 | % 33.33 |
| **المجموع** | 36 | % 100 |

يتضح من الجدول المبين أعلاه أن ما نسبته **38.89 %** من المبحوثين ترى أن الإتصال المباشر هو أفضل طريقة لنقل إنشغالاتهم للإدارة ، في حين يرى بعض المبحوثين أن كتابة الشكوى هي الأنسب لطرح إنشغالاتهم بنسبة **27.78%**.

كما ترى نسبة **33.33%** من المبحوثين أن طرح انشغالاتهم للإدارة هو الجمع بينهما .

**-الجدول رقم(19):يوضح مدى صعوبة سرد المبحوثين المعلومات للرؤساء .**

| **التكرارات / الاجابة** | **التكرار** | **النسبة** |
|---|---|---|
| **دائما** | 03 | % 8.33 |
| **احيانا** | 19 | % 52.78 |
| **نادرا** | 09 | % 25 |
| **ابدا** | 05 | % 13.89 |
| **المجموع** | 36 | 100 |

يوضح الجدول المبين أعلاه أنه أحيانا ما يجد المبحوثين صعوبة في سرد معلوماتهم للرؤساء و هذا ما تبينه نسبة **52.78%** ، في حين ترى نسبة **25%** من المبحوثين أنه نادرا ما يجدون صعوبة في في سرد المعلومات ، و هو ما عبرت عنه أيضا نسبة **8.33%** من المبحوثين أنه دائما ما يجدون صعوبة في ذالك .

أما في المقابل ترى عكس ذالك و تنفيه نسبة**13.89%** من المبحوثين .

**-الجدول رقم (20): يوضح مدى فهم المبحوثين للرسائل و التقارير الواردة بسهولة.**

| التكرارات / الاجابة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| نعم | 23 | % 63.89 |
| لا | 13 | % 36.11 |
| المجموع | 36 | % 100 |

يعتبر فهم الرسائل و التقارير الواردة الركيزة الأساسية للسير الحسن في المؤسسة و من خلال الجدول المبين أعلاه أن يتضح لنا أن ما نسبته **63.89%** من المبحوثين لهم القدرة على فهم الرسائل و التقارير الواردة بسهولة.

في حين ترى نسبة **36.11%** من المبحوثين عكس ذالك .

**-الجدول رقم (21):يوضح إستخدام وسائل الإيضاح التدعيمية أثناء صياغة الرسائل الإتصالية الكتابية .**

| التكرارات / الإجابة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| نعم | 27 | % 75 |
| لا | 09 | %25 |
| المجموع | 36 | % 100 |

يوضح الجدول المبين أعلاه أن ما نسبته **75 %** من المبحوثين تؤكد إستخدام المؤسسة لوسائل الإيضاح التدعيمية أثناء صياغة الرسائل الإتصالية الكتابية ، في حين تنفي نسبة **25%** من المبحوثين إستخدامهم لوسائل الإيضاح التدعيمية أثناء صياغة الرسائل الإتصالية الكتابية.

**-الجدول رقم (22):يوضح رأي المبحوثين في تمكين وسائل تكنولوجيا المعلومات والإتصال من إيصال الرسالة الإتصالية .**

| التكرارات / الإجابة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| **نعم** | **29** | **% 80.56** |
| **لا** | **07** | **% 19.44** |
| **المجموع** | **36** | **% 100** |

أصبحت وسائل التكنولوجيا المعلومات و الإتصال من أهم الوسائل التي تلعب دورا فعال في إيال الرسائل الإتصالية بسرعة كبيرة في الوقت الراهن تزامنا مع إنتشار عصر المعلومات.

يوضح الجدول المبين أعلاه أن أغلبية المبحوثين ترى أن وسائل تكنولوجيا المعلومات مكنتهم من إيصال الرسائل الإتصالية بسرعة كبيرة و في الوقت المناسب بنسبة **80.56%** ، في حين ترى عكس ذالك نسبة **19.44 %** من المبحوثين .

**-الجدول رقم (23):يبين مدى إستخدام تكنولوجيات الإعلام والإتصال و تمكينها من فهم محتوي الرسالة الإتصالية.**

| التكرارات / الإجابة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| **نعم** | **28** | **% 77.78** |
| **لا** | **08** | **% 22.22** |
| **المجموع** | **36** | **% 100** |

يوضح الجدول المبين أعلاه أن أغلبية المبحوثين تؤكد إستخدام تكنولوجيات الإعلام والإتصال و تمكينها من فهم محتوي الرسالة الإتصالية و ذالك بنسبة **77.78 %، في حين تنفي نسبة** 22.22% من المبحوثين إستخدام تكنولوجيات الإعلام و الإتصال و تمكينها من فهم محتوي الرسالة الإتصالية

**-الجدول رقم (24):يوضح مدى تحقيق الفهم المشترك من خلال الرسائل الإتصالية المرسلة**

| التكرارات / الإجابة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| **نعم** | **31** | **% 86.11** |
| **لا** | **05** | **% 13.89** |
| **المجموع** | **36** | **% 100** |

يتبين لنا من خلال هذا الجدول أنّ الموافقة على تحقيق الفهم المشترك من خلال الرسائل الاتصالية المرسلة وذالك بنسبة **86.11%**من مجموع أفراد العينة ، أما فيما يخص عدم تحقيق الفهم المشترك من خلال الرسائل الإتصالية المرسلة قدرت بنسبة**% 13.89**من المبحوثين.

**- تحليل الجداول المركبة**

**-الجدول رقم(25):: يوضح العلاقة بين إستخدام المبحوثين للوسائط الجديدة و مدى تحقق الفهم المشترك بينهم.**

| استخدام الوسائط الجديدة | يتحقق الفهم المشترك من خلال الرسائل الاتصالية المرسلة | | المجمـــوع |
|---|---|---|---|
| | نعم | لا | |
| نعم | 11<br>%100 | 00<br>%00 | 11<br>%100 |
| لا | 14<br>%56 | 11<br>%44 | 25<br>%100 |
| المجمـــوع | 25<br>%69.4 | 11<br>%30.6 | 36<br>%100 |

يوضح الجدول المبين أعلاه أن هناك وجود علاقة بين صعوبة لدى المبحوثين في نقل إنشغالاتهم للإدارة و تحقق الفهم المشترك بينهم ، حيث نرى أن أغلبية المبحوثين عبرت عن وجود علاقة في صعوبة نقل الإنشغالات للإدارة و تحقق الفهم المشترك في حين ترى عكس ذالك لفئة المبحوثين بنسبة **56%**بينما تنفي ذالك نسبة **44 %** من فئة المبحوثين.

**-الجدول رقم(26): يوضح العلاقة بين الوسائل الإتصالية المعتمدة و تقييم أسلوب تعامل الزملاء في الأقسام الأخرى**

| الوسائل الإتصالية | تقييم أسلوب تعامل الزملاء في الأقسام الأخرى | | | المجمـــــوع |
|---|---|---|---|---|
| | جيد | مقبول نوعا ما | سيئة | |
| الأسلوب الشفوي | 03<br>%100 | 00<br>%00 | 00<br>%00 | 03<br>%100 |
| الأسلوب الكتابي | 02<br>%15.38 | 08<br>%61.53 | 03<br>%.23.09 | 13<br>%100 |
| الأسلوب الالكتروني | 05<br>%25 | 15<br>%75 | 00<br>%00 | 20<br>%100 |
| المجمـــــوع | 10<br>%27.7 | 24<br>%66.6 | 02<br>%5.7 | 36<br>%100 |

تبيّن نتائج الجدول أنّ أفراد العينة ينقسمون في تقيمهم لأسلوب تعامل الزملاء في الأقسام الأخرى إلى ثلاث فئات: فئة تعتبر ذلك مقبول نوعا ما، وهي تمثل الأغلبية بنسبة 66.6% من مجموع أفراد العينة، وهؤلاء وذلك للعلاقات الطيبة السائدة بين العاملين مع بعضهم البعض، وفئة ثانية بنسبة عالية 27.7% من مجموع أفراد العينة، يقرون أن تقيمهم لأسلوب تعامل الزملاء في الأقسام الأخرى كان جيدا ثم تأتي فئة أفراد العينة الذين يصرحون بان أسلوب تعامل الزملاء في الإدارات الأخرى كان سيئا وباستخدام الأسلوب الكتابي لديهم.

**-الجدول رقم(27): يوضح العلاقة بين مدى وجود صعوبة في نقل الإنشغالات و تقييم المبحوثين لتعامل الإدارة.**

| وجود صعوبة في نقل الإشغالات | تقييم أسلوب تعامل الإدارة مع الأقسام الأخرى | | | المجمـــــوع |
|---|---|---|---|---|
| | الأسلوب الشفوي | الأسلوب الكتابي | الأسلوب الالكتروني | |
| نعم | 00<br>%00 | 00<br>%00 | 11<br>%100 | 11<br>%100 |
| لا | 03<br>%12 | 13<br>%52 | 09<br>%36 | 25<br>%100 |
| المجمـــــوع | 03<br>%22.2 | 13<br>%36.1 | 20<br>%41.7 | 36<br>%100 |

تبين نتائج الجدول أنّ الموافقة على أن تقييم أسلوب تعامل الإدارة مع الأقسام الأخرى ، يشكّل الاتجاه العام بنسبة100% من مجموع أفراد العينة، الذين يشكلون أعلى نسبة بالإجابة بنعم على هذا يستخدمون الأسلوب الالكتروني ممن صرحوا بأنهم يجدون صعوبة في نقل انشغالاتهم، أما فيما يخص الذين يقرون بعدم وجود صعوبة في نقل الانشغالات للإدارة قدرت نسبته ب100%، وبأعلى بنسبة52% في فئة الأسلوب الكتابي ثم تأتي بعدها فئة الذين يستخدمون الأسلوب الشفوي والمقرين بأنهم لا يجدون صعوبة في نقل انشغالاتهم للإدارة.

**-الجدول رقم(28): يوضح العلاقة بين استخدام المبحوثين للوسائط الجديدة تحقق الفهم المشترك بينهم.**

| استخدام الوسائط | يتحقق الفهم المشترك من خلال الرسائل الاتصالية المرسلة | | المجمـــــوع |
|---|---|---|---|
| | نعم | لا | |
| نعم | 25<br>%83.3 | 05<br>%16.7 | 30<br>%100 |
| لا | 00<br>%00 | 06<br>%100 | 06<br>%100 |
| المجمـــــوع | 25<br>%69.44 | 11<br>%30.56 | 36<br>%100 |

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبة **100%** من المبحوثين الذين لا يستخدمون الوسائط الجديدة عبرت عن عدم تحقق الفهم المشترك بينها من خلال الرسائل الإتصالية المرسلة ،بينما ترى عكس ذالك بنسبة **% 83.3** من المبحوثين عن وجود علاقة بين إستخدام الوسائط الجديدة و تحقق الفهم المشترك ، في حين نجد نسبة 16.7% على الرغم من إسخدامها للوسائط الجديدة إلا أن ذالك لم يحقق الفهم المشترك لديها .

**الجدولرقم (29): يوضح العلاقة بين متغير الجنس تقييم أسلوب تعامل الزملاء في الأقسام الأخرى**

| الجنس | تقييم أسلوب تعامل الزملاء في الأقسام الأخرى | | | المجمـــــوع |
|---|---|---|---|---|
| | جيد | مقبول نوعا ما | سيئة | |
| ذكر | 05<br>%27.7 | 15<br>%68.1 | 02<br>%4.2 | 22<br>%100 |
| انثى | 05<br>%35.7 | 09<br>%64.3 | 00<br>%00 | 14<br>%100 |
| المجمـــــوع | 10<br>%27.7 | 24<br>%66.6 | 02<br>%5.7 | 36<br>%100 |

تبيّن نتائج الجدول أنّ الاتجاه العام يوجد في العمود الثاني بنسبة 66.6% من مجموع أفراد العينة في صنف الذّين يرون أسلوب تعامل الزملاء في الأقسام الأخرى كان مقبول نوعا ما، وبأعلى نسبة 64.3% عند الإناث مقابل 68.1% عند الذكور، أمّا في العمود الأول فنجد أنّ 27.7% من مجموع أفراد العينة يرون أسلوب تعامل الزملاء في الأقسام الأخرى كان جيدا، وبأعلى نسبة عند الإناث35.7% مقابل 27.7% عند الذكور. أمّا في العمود الثالث فنجد أنّ 5.7% من مجموع أفراد العينة يرون أسلوب تعامل الزملاء في الأقسام الأخرى كان سيئا، وبأعلى نسبة عند الذكور4.2% .

**الجدول رقم (30): يوضح العلاقة بين متغير الجنس و الوسائل الاتصالية المعتمدة من قبل ادارة العلاقات العانة مناسبة لأداء العمل**

| الجنس | هل ترى أن الوسائل الاتصالية المعتمدة من قبل إدارة العلاقات العانة مناسبة لأداء العمل | | المجمـــــوع |
|---|---|---|---|
| | نعم | لا | |
| ذكر | 17<br>%77.2 | 05<br>%22.8 | 22<br>%100 |
| انثى | 10<br>%71.4 | 04<br>%28.56 | 14<br>%100 |
| المجمـــــوع | 27<br>%75 | 09<br>%25 | 36<br>%100 |

تبيّن نتائج الجدول أنّ الاتجاه العام يوجد في العمود الأول بنسبة **75%** من مجموع أفراد العينة في صنف الذّين يرون أن الوسائل الاتصالية المعتمدة من قبل إدارة العلاقات العانة مناسبة لأداء العمل، وبأعلى نسبة**77.2%** عند الذكور مقابل **71.4%** عند الإناث، أمّا في العمود الأول فنجدأنّ **25%** من مجموع أفراد العينة لا يرون أن الوسائل الاتصالية المعتمدة من قبل إدارة العلاقات العانة مناسبة لأداء العمل، وبأعلى نسبة عند الإناث**28.56%** مقابل **22.8%** عند الذكور. لنخلص إلى أنّ الذكور أكثر رضاء بالوسائل الاتصالية المعتمدة من قبل إدارة العلاقات العانة مناسبة لأداء العمل مقارنة بالإناث الأقل رضا عن ذلك.

**الجدول رقم(31): يوضح العلاقة بين متغير الجنس و تمكين وسائل التكنولوجيا والاتصال من ايصال الرسالة بسرعة كبيرة وفي وقت واحد.**

| الجنس | هل مكنكم وسائل التكنولوجيا والاتصال من ايصال الرسالة بسرعة كبيرة وفي وقت واحد | | المجمـــــوع |
|---|---|---|---|
| | نعم | لا | |
| ذكر | 19<br>%86.3 | 03<br>%13.7 | 22<br>%100 |
| أنثى | 9<br>%64.2 | 05<br>%35.8 | 14<br>%100 |
| المجمـــــوع | 28<br>%77.7 | 08<br>%22.3 | 36<br>%100 |

يوضح الجدول المبين أعلاه أن هناك علاقة بين متغير الجنس و رأي المبحوثين حول تمكين وسائل التكنولوجيا و الإتصال من إيصال الرسائل الإتصالية في وقت مناسب ، حيث نلاحظ أن ما نسبته 64.2 % من فئة الإناث ترى أن استخدام وسائل التكنولوجيا و الإتصال قد مكنت من إيصال الرسائل بسرعة ، وهذا ما عبرت عنه فئة الذكور بنسبة بينما في المقابل عبرك عكس ذلك نسبة 35.8 من فئة الإناث ، و هو ما عبرت % 86.3 عنه أيضا فئة الذكور.

.

**الجدول رقم(32):يوضح العلاقة بين متغير السن و تقييم المبحوثين في نوعية أسلوب تعامل الإدارة.**

| | تقييم أسلوب تعامل الزملاء في الأقسام الأخرى | | | المجمـــــوع |
|---|---|---|---|---|
| | جيد | مقبول نوعا ما | سيئة | |
| اقل من 25 ستة | 00<br>%00 | 02<br>%100 | 00<br>%00 | 02<br>%100 |
| 31-26 سنة | 04<br>%36.3 | 07<br>%63.7 | 00<br>%00 | 11<br>%100 |
| 36-32 سنة | 02<br>%28.5 | 05<br>%71.5 | 00<br>%00 | 07<br>%100 |
| أكثر من 36 سنة | 04<br>%25 | 10<br>%62.5 | 02<br>%12.5 | 16<br>%100 |
| المجمـــــوع | 10<br>%27.7 | 24<br>%66.6 | 02<br>%5.7 | 36<br>%100 |

.

في هذا الإطار عبرت أغلبية المبحوثين الذين يقل أعمارهم عن 25 سنة على أن أسلوب تعامل الإدارة يبقى مقبول نوعا ما ، و هو ما عبرت عنه نسبة 71.5 % من الفئة العمرية ما بين 32-36 سنة ، بينما عبرت نسبة 63.7% من المبحوثين التي تتراوح أعمارهم ما بين 26_31 سنة ، أما الفئة العمرية أكثر من 36 سنة بنسبة 62.5 % عبرت عن رضانا في أسلوب تعامل الإدارة بمقبول نوعا ما

**الجدول رقم(33):يوضح العلاقة بين متغير السن و مدى صعوبة في نقل انشغالات المبحوثين للإدارة.**

| الفئة العمرية | هل تجد صعوبة في نقل انشغالاتك للإدارة | | المجمـــــوع |
|---|---|---|---|
| | نعم | لا | |
| اقل من 25 ستة | 02<br>%100 | 00<br>%000 | 02<br>%100 |
| 26-31 سنة | 04<br>%36.4 | 05<br>%63.4 | 11<br>%100 |
| 32-36 سنة | 00<br>%00 | 07<br>%100 | 07<br>%100 |
| اقل من 25 ستة | 05<br>%31.25 | 05<br>%68.75 | 16<br>%100 |
| المجمـــــوع | 11<br>%30.5 | 25<br>%69.5 | 36<br>%100 |

يتضح من خلال الجدول المبين أعلاه أن الفئة العمرية للمبحوثين أقل من 25 سنة عبرت عن وجود صعوبة في نقل انشغالاتهم للإدارة ، بينما ترى عكس ذلك تماما الفئة العمرية للمبحوثين التي تتراوح أعمارهم ما بين 32-36 ، و في المقابل نجد أن فئة المبحوثين الذي يتراوح سنهم أكثر من 36 سنة عن عدم وجود صعوبة في نقل انشغالاتهم للإدارة بنسبة **68.57** %و هو ما عبرت عنه نسبة **63.4**% من الفئة العمرية 26-31 سنة.

.

**الجدول رقم(34): يوضح العلاقة بين متغير الفئة العمرية و طريقة طرح إنشغالاتهم للإدارة .**

| الفئة العمرية | يقوم العمال بطرح انشغالاتهم عن طريق | | | المجمـــــوع |
|---|---|---|---|---|
| | كتابة شكوى | اتصال مباشر | معا | |
| اقل من 25 ستة | 02<br>%100 | 00<br>%00 | 00<br>%00 | 02<br>%100 |
| 26-31 سنة | 01<br>%9 | 10<br>%91 | 00<br>%00 | 11<br>%100 |
| 32-36 سنة | 7<br>%100 | 00<br>%00 | 00<br>%00 | 07<br>%100 |
| أكثر من 36 سنة | 00<br>%25 | 14<br>%87.5 | 02<br>%12.5 | 16<br>%100 |
| المجمـــــوع | 10<br>%27.7 | 24<br>%66.6 | 02<br>%5.7 | 36<br>%100 |

تبيّن نتائج الجدول أنّ الاتجاه العام يوجد في العمود الثاني في صنف الذين يتصلون مباشرة لإيصال انشغالاتهم بنسبة 66.6% من مجموع أفراد العينة، وبأضعف نسبة **87.5**% في فئة أكثر من 36 سنة، لترتفع النسبة إلى **91**% في فئة 26- 31سنة، أمّا في العمود الأول فنسجل نسبة **27.7**% من مجموع أفراد العينة، ممن يوصلون انشغالاتهم إلى الادارة عن طريق كتابة الشكاوى ر وبأعلى نسبة **100**% في فئة 32-36 سنة، لتتناقص إلى **25**% في فئة أكثر من 10 سنوات، وإلى **9**% في فئة من 26-31 سنة ، لنسجل أنّ العمل يقومون بطرح انشغالاتهم عن طريق الشكاوي في سن 32-36 هي الأغلبية نظرا لخصوصية المرحلة، أما في العمود الأول نسجل نسبة **5.7**% من مجموع أفراد العينة، ممن يقومون بإيصال انشغالاتهم هن طريق كتابة الشكاوي والاتصال المباشر بنسبة **12.5%** ممن يشكلون أفراد المجيبين بازدواجية الإيصال

**الجدول رقم(35):يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي و مدى صعوبة في نقل انشغالات المبحوثين للإدارة.**

| المستوى التعليمي | هل تجد صعوبة في نقل انشغالاتك للإدارة | | المجمـــــوع |
|---|---|---|---|
| | نعم | لا | |
| ابتدائي | 00<br>%00 | 00<br>%00 | 00<br>%100 |
| متوسط | 4<br>%100 | 00<br>%00 | 04<br>%100 |
| ثانوي | 7<br>%100 | 00<br>%00 | 7<br>%100 |
| جامعي | 00<br>%00 | 25<br>%100 | 25<br>%100 |
| المجمـــــوع | 11<br>%30.5 | 25<br>%69.5 | 36<br>%100 |

تظهر نتائج الجدول أنّ الاتجاه العام يوجد في العمود الثاني في صنف الذين لم يجدوا صعوبة في إيصال إنشغلاتهم للإدارة بنسبة **69.5**% من مجموع أفراد العينة، وبأعلى نسبة **100**%في فئة العاملين ومستواهم جامعي الذين يشكلون غالبية العمال ، أما في العمود الأول نجد ما نسبته **30.5**% من مجموع المبحوثين يقرون بوجود صعوبة في نقل انشغالاتهم للادراة، فنجد أعلى عند ذوو مستوى الثانوي **100%** وكذا عند المستوى المتوسط.

## نتائج الدراسة

إن الحصول على نتائج كل بحث أمر ضروري وهو الهدف الرئيسي الذي يطمح إليه كل باحث ،فلا تكتمل الدراسة إلا باستخلاص النتائج وبالتالي تعبر عن المعطيات الميدانية المتحصل عليها من المبحوثين وقد تحصلنا على النتائج التالية :

1/ أغلب زبائن المؤسسة من فئة الذكور .

2/ أغلبية المبحوثين من فئة الشباب

3/ أغلبية المبحوثين لهم مستوى جامعي أي أن أغلبهم من الفئة المثقفة .

4/ جميع المبحوثين أغلبهم من داخل المدينة .

5/ أغلبية المبحوثين تتراوح أعمارهم من سن 18 سنة إلي 40 سنة

6/أغلبية المبحوثينلهم مستوي تعليمي عالي ما يسهل على المؤسسة التعامل مع المبحوثين وطريقة إيصال المعلومة لهم .

7/ أهمية المستوى التعليمي في عرض الحملات للمبحوثين ودرجة انتقائهم للمعلومة المنشورة أو المسموعة أو المكتوبة .

8/ أغلبية المبحوثين يستخدمون موقع فيسبوك للتواصل مع المؤسسة .

9/ أهمية الحملات والمضامين التي تقدمها بالنسبة للزبائن ما يكسبهم توعية .

10 / توفير العديد من الوسائل الاتصالية لتسهيل عملية الاتصال والوصول بسرعة إلي الزبائن والبعد لتحقيق اهتماماتهم وانشغالاتهم

11/ أغلبية المبحوثين يشعرون بالارتياح أثناء الاتصال مع مصالح المؤسسة وذلك راجع إلي حسن الاستقبال وحسن المعاملة .

12/ أغلبية المبحوثين يطبقون مضامين الحملات التي تعرضها المؤسسة وذلك من أجل تفادي الخطر .

13/ امتلاك المبحوثين وعي فكري ومستوى تعليم عالي .

14/ أغلبية المبحوثين يفضلون الاتصال الشفهي لطرح اهتماماتهم وانشغالاتهم

## توصيات الدراسة :

- إعداد استراتيجية واضحة لتطوير مهارات الاتصال لدى القائمين بالعلاقات العامة.
- استقطاب كفاءات في مجال العلاقات العامة و الاتصال المؤسساتي .
- العمل على التنسيق بين كل الأطراف الفاعلة في المؤسسة ومع باقي الأطراف الأخرى في الفروع الأخرى في إعداد و ضبط الاستراتيجيات و البرامج الاتصالية .
- تصحيح مفاهيم أهمية العلاقات العامة و دورها المعاصر .
- العمل على إقامة دورات تدريبية لتوعية الموظفين لمفهوم العلاقات العامة وأهميتها ودورها في تفعيل الأداء و نجاح المؤسسة باعتبارها أصبحت عصب الحياة داخل المؤسسة .
- ضرورة الالتزام بنظام علمي في استخدام التحفيز من خلال تقديم مكافآت وترتيبات تحفز الموظفين على إنجاز مهامهم بفعالية و كفاءة.
- ابتكار وسائل اتصالية جديدة تعمل على تنشيط التعاون بين العمال و إبراز قدراتهم .
- مشاركة الموظفين بآرائهم يجعلهم يشعرون بالانتماء للمؤسسة.
- توفير الأغلفة المالية اللازمة حتى يتمكن المكلف بالعلاقات العامة من أداء عمله وتطبيق برامجه كما ينبغي بتخصيص مساعدين له متخصصين في مجال العلاقات العامة .
- إعداد دليل عملي و مهني حول مهارات الاتصال، موجه لكافة العاملين و الموظفين في في المؤسسة.
- الاستفادة من خبرات باقي المؤسسات المتطورة في مجال الاتصال المؤسساتي و العلاقات العامة.

## خاتمة

تعتبر العلاقات العامة كركيزة أساسية لي المؤسسات الخدماتية الجزائرية ، في تنظيم سير عملها ومختلف سياستها وكذلك التعريف ببرامجها ، و هذا من خلال تطبيقها الجيد للمهارات الاتصالية ، لهذا يجب أن تكون مهارات الاتصال لها مكانة عامة من اجل تحقيق فعالية العلاقات العامة لها ،و هذا من أجل تحقيق أهدافها تجاه جماهيرها الداخلية والخارجية ويكون ذلك من عدة توصيات وهي خلق جهاز منظم للعلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية (المديرية العملية لاتصالات الجزائر)، وتبني برنامجا للعلاقات العامة يكون واضح الأهداف مع ضرورة إعطاء العلاقات العامة مكانتها الطبيعية تماشيا مع تمليه متغيرات العصر في مجال المؤسسة الخدماتية وعدم حصر المهام في العلاقات الخارجية فقط.

وأخيرا يبقى أثر مهارات الاتصال في دعم أنشطة العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر فرع -البرواقية-،مرهون بمدى اهتمام الأخيرة بوضع إستراتيجية خاصة لتطوير مهارات الاتصال الأساسية للقائمين بالعلاقات العامة،وضبط برنامج دليل عملي مهني واضح يساعد على تحقيق الفهم المشترك بين كل العاملين والفاعلين بالمؤسسة.

## قائمة المراجع :

### أ/ اللغة العربية :

### 1 - القواميس و المعاجم :

- أبوالفضل جمال ،ابن منظور مكرم، لسان العرب،المجلد6،بيروت ، 1977.

-أحمد مختار عمر،معجم اللغة العربية المعاصرة ،ط1،عالم الكتب،القاهرة،2008.

- ابن منظور، لسان العرب ،مجلد 11،دار المعارف،2003.

- البعلابكي روبي،المور، قاموس عربي إنجليزي ،دار المعلم للملايين ،بيروت ،1994.

**2- الكتب:**

- أبوأصبع صلاح خليل، العلاقات العامة و الاتصال الانساني، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع ، عمان ،1998.

- أبو النصرمحمد متحت، مهارات الاتصال الفعال مع الآخرين ،د ط، المجموعة العربية للتدريب و النشر ، القاهرة ،2009.

-أبو سمر محمد، الاتصال الاداري و الاعلامي، د ط، دار أسامة للنشر و التوزيع ،الاردن 2008.

- أبو شنب جمال ، العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية-أسس ومبادئ ،ط2 ،المكتب العلمي للكمبيوتر و النشر و التوزيع ، مصر ،1997.

-أبو قطف عبد السلام ، محاضرات في العلاقات العامة ، الدار الجامعية ، بيروت ، 1994.

- الجمال راسم محمد ، عياد خيرات معوض، إدارة العلاقات العامة (الدخل الاستراتيجي)، ط1 ،الدار المصرية اللبنانية ،مصر ،2005.

- الجميلي خيري خليل ، الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث ،د ط، المكتب العلمي للكمبيوتر و النشر و التوزيع ،الاسكندرية.

- الحماد محمد مبارك ، الاتصال الفعال ومهارته، د ط، جامعة الملك سعود ، السعودية ، 2005.

- الحمودي شريف، مهارات الاتصال ،ط2 ،دار يافا العملية للنشر و التوزيع ،الأردن ، 2007.

- الجوهري محمد ناجي ،وسائل الاتصال في العلاقات العامة ،د ط، مكتبة الرائد، الأردن، 2000.

- الجوهري محمود محمد ، العلا قات العامة بين الادارة و الاعلام، مكتبة أنجلوالمصرية، القاهرة ،1968.

- المصري أحمد محمد، العلاقات العامة، د ط ،مؤسسة شباب جامعة الاسكندرية ،2002.

- الدبس محمد ،الاتصال و العلاقات العامة في إدارة المكتبات و مراكز المعلومات،ط1، اثراء للنشر و التوزيع ،الأردن،2011.

- الديلمي محمد عبد الرزاق، العلاقات العامة و العولمة،ط1،دار جرير للنشرو التوزيع ، عمان ،2005.

- الديلمي محمد عبد الرزاق ، العلاقات العامة في المجال الدولي ،ط2، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع، الأردن ، 2015.

-الديلمي محمد عبد الرزاق ، العلاقات العامة رؤية معاصرة،ط1، دار وائل للنشر و التوزيع ، عمان ،2005.

- السيد فهمي محمد، مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية، ط2،دار الوفاء الدنيا لطباعة النشر و التوزيع، مصر ،2011.

- السيد فهمي محمد ،إدارة الأفراد و العلاقات الانسانية ،ط1،دار الشعب ،القاهرة ،1976.

- الطنوبي محمد ،نظريات الاتصال، مكتبة و مطبعة الاشعاع الفنية ،مصر ،2001.

- الطيب عيساني رحيمة ،مدخل إلى الإعلام والاتصال المفاهيم الأساسية و الوظائف

الجديدة في عصر العولمة الإعلامية ،ط1، عالم الكتب الحديثة للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2002.

- الغانمي عبد الجبار منديل ، الاعلان بين النظري و التطبيقية، د ط ،دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع ، عمان ،1999.

- الغرابية محمود فيصل ، مهارات العمل الاجتماعي ، د ط، دار وائل للنشر ،الأردن، 2009.

- القاضي محمد علاء ، بكر محمد حمدان، مهارات الاتصال ،ط1،دار الاعصار العلمي للنشر و التوزيع، الأردن ، 2010.

- الهاشمي عبد الرحمان ، العزاوي فائز، تدريس مهارة الاستماع من منظور واقعي، د ط، الأردن ، 2005.

- جلوب حسين، مهارات الاتصال ( الاتصال مع الاخرين) ،د ط، دار كنوز المعرفة ا العلمية للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2010.

- جودة محفوظ أحمد ، العلاقات العامة مفاهيم و مصطلحات ،ط3، دار زهران للنشر ، القاهرة ، 1999.

- جميل أحمد خضر ،العلاقات العامة ، د ط ، المسير للنشر و التوزيع ، 1998.

- جنوس زكي، مروان علي، الرقابة و التخطيط في المشروع، مديرية الكتب و المطبوعات 1981.

- حجاب محمد منير، سحر أحمد وهبي ، المداخل الأساسية للعلاقات العامة ، د ط، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة .

- حجاب محمد منير ،مهارات الاتصال للاعلاميين و التربويين و الدعاة، ط2، دار الفجر للنشر و التوزيع ،القاهرة ،2000.

- حربي حسن محمد ، العلاقات العامة المفاهيم و التطبيقات ، د ط، دار الحكمة للطباعة

و النشر العراق ،1991.

- ختاتنة سامي محمد ، أحمد عبد اللطيف أبو سعد، علم النفس الاعلامي ،ط1 ،دار المسيرة الأردن ،2010.

- صبدي عبيدة ، مسعودي كلثوم ،مدخل إلى العلاقات العامة ، ط1،دار الخلدونية للنشر و التوزيع ، الجزائر ،2010.

- عطفة طاهر مرسي ، فن و علم العلاقات العامة ، دار النهضة العربية للنشر و التوزيع، القاهرة ،1994.

- عليان ربحي مصطفى غنيم ،عثمان محمد، أساليب البحث العلمي(الأسس النظرية و التطبيقية) ،دار الصفاء للنشر و التوزيع الأردن، 2008.

- عليان زكي مصطفى ،عدنان محمد الطوباسي ،الاتصال و العلاقات ،ط1،دارصفاء للنشر و التوزيع ،الأردن،2005.

- عماد الدين تاج السر فقير عمر ،إعداد و انتاج المواد الاعلامية للعلاقات العامة ،ط1، دار البداية ،عمان ، 2003.

- عطية محسن علي ، مهارات الاتصال اللغوي و تعليمها،ط1،دار المناهج للنشر و التوزيع ، الأردن ،2008.

- غريب عبد السميع ، الاتصال و العلاقات العامة في المجتمع المعاصر ، مؤسسة شباب الجامعة ،مصر ،2006.

- فرج عصام الدين، أسس العلاقات العامة ،دار النهضة العربية ،مصر ،2008.

- قنديلي عامر ابراهيم ، البحث العلمي ،ط1،دار المعرفة العلمية ،2008.

- كاظم الفتلاوي سهيلة ،كفايات التدريس ،ط1،دار الشروق للنشر و التوزيع ، الأردن، 2010.

- كامل لويس مليكة ،سيكولوجية الجماعات و القيادة ،د ط، الهيئة المصرية العامة للكتاب ،

.1989

- محمد عبده حافظ ، العلاقات العامة،ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع ،القاهرة،2009.

- مرسلي أحمد ،مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال ، د ط، دار الفكر للنشر و التوزيع ، القاهرة،2005.

**3- الرسائل الجامعية :**

- بن نذير إيمان ،مهارات الاتصال و دورها في تحسين الأداء المهني لدى العاملين ،دراسة ميدانية على عينة من إداريين كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية ،جامعة، محمد خيضر، بسكرة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر،قسم العلوم الانسانية ، تخصص إعلام واتصال ، محمد خيضر ، بسكرة، 2014/2013.

- جعرون أمينة ،أثر مهارات الاتصال على فعالية العلاقات العامة ،دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة، مذكرة تخرج لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في ميدان الحقوق و العلوم السياسية ، قسم العلوم السياسية جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة، 2018/2017.

- لقصير رزيقة ،دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة ،دراسة ميدانية لمؤسسة الأملاح بقسنطينة ،مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات ماجستر في علوم الإعلام والاتصال ، قسنطينة ،2007/2006.

- مسعودي كلثوم ،العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية ،دراسة وصفية تحليلية ،مذكرة مكملة لإنهاء رسالة الماجستر ،2007/2006.

**4- المواقع الإلكترونية :**

-https/www.algerietelecom.dz.

**5- المقابلات :**

- مقابلة مع السيد :عيط مسعود ،مدير الوكالة التجارية لاتصالات الجزائر (فرع البرواقية).

- مقابلة مع السيد : العبسي محمد ،رئيس مصلحة التوجيه و الاستقبال ،لمؤسسة اتصالات الجزائر (فرع البرواقية) .

**ب / باللغة الأجنبية :**

**A : dictionnaire :**

-norbertsillamy ,dictionnaire de la psychologie,larous, France , 1982.

| العـــــــــــــــــــــــــــنـــــــــــــــــــوان | |
|---|---|
| الإهداء | |
| كلمة شكر | |
| ملخص الدراسة بالعربية | |
| ملخص الدراسة بالفرنسية | |
| مقدمة | |
| **الإطار المنهجي** | |
| تحديد الإشكالية | |
| التساؤلات | |
| أسباب اختيار الموضوع | |
| أهمية و أهداف الدراسة | |
| مصطلحات الدراسة | |
| منهج الدراسة | |
| مجتمع البحث والعينة | |

| | |
|---|---|
| أدوات جمع البيانات | |
| الدراسات السابقة | |
| الإطار النظري للدراسة | |
| **الفصل الأول**<br>**مدخل مفاهيمي حول الإتصال ومهارات الإتصال** | |
| تمهيد | |
| **المبحث الأول : ماهية الإتصال** | |
| المطلب الأول : مفهوم الإتصال | |
| المطلب الثاني : أنواع الإتصال | |
| المطلب الثالث : وظائف الإتصال | |
| المطلب الرابع : أهمية الإتصال | |
| **المبحث الثاني : مهارات الإتصال** | |
| المطلب الأول: مفهوم مهارات الإتصال | |
| المطلب الثاني: مهارة الحديث و الإستماع | |
| المطلب الثالث : مهارة الكتابة و إدارة الإجتماعات | |
| المطلب الرابع : مهارة الإتصال الرقمي | |

| | |
|---|---|
| خلاصة الفصل | |
| **الفصل الثاني : ماهية العلاقات العامة** | |
| تمهيد | |
| **المبحث الأول : مفهوم العلاقات العامة** | |
| المطلب الأول : تعريف العلاقات العامة | |
| المطلب الثاني : مبادئ العلاقات العامة | |
| المطلب الثالث انواع العلاقات العمة | |
| المطلب الرابع : وظائف العلاقات العامة | |
| **المبحث الثاني : تنظيم و إدارة العلاقات العامة** | |
| المطلب الأول : وسائل الإتصال في العلاقات العامة | |
| المطلب الثاني : التنظيم الإداري للعلاقات العامة | |
| المطلب الثالث : الشروط الواجب توفرها في رجال العلاقات العامة | |
| خلاصة الفضل | |
| الإطار التطبيقي | |
| **الفصل الثالث : دور مهارات الإتصال في دعم أنشطة العلاقات الخاصة بمؤسسة إتصالات الجزائر بالبرواقية** | |

| | |
|---|---|
| **المبحث الأول :التعريف بميدان الدراسة** | |
| المطلب الأول :التعريف بمؤسسة إتصالات الجزائر فرع البرواقية | |
| المطلب الثاني :الهيكل التنظيمي لمؤسسة إتصالات الجزائر فرع البرواقية | |
| المطلب الثالث :أهداف مؤسسة إتصالات الجزائر | |
| المطلب الرابع : مهام إدارة العلاقات العامة بمؤسسة إتصالات الجزائر | |
| **المبحث الثاني : تحليل بيانات الدراسة و نتائجها** | |
| المطلب الأول : عرض و تحليل البيانات | |
| المطلب الثاني : نتائج الدراسة | |
| المطلب الثالث : توصيات الدراسة | |
| خاتمة | |
| قائمة المصادر و المراجع | |
| الفهرس | |
| الملاحق | |

# الملاحق

**جامعة الدكتور يحي فارس - المدية**

كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية

قسم علوم إعلام وإتصال

تخصص إتصال وعلاقات عامة

## استبيان

أخي الموظف أختي الموظفة .... تحية طيبة وبعد:

في إطار إعداد مذكرة ماستر تخصص إرشاد وتوجيه بعنوان :

**"أثر مهارات الاتصال فيدعم أنشطة العلاقات العامة"**

دراسة ميدانية على مؤسسة اتصالات الجزائر (فرع البرواقية)

نضع بين أيديكم هذا الاستبيان راجين منكم التعاون معنا بغرض إفادتنا في جمع البيانات ذات الصلة ببحثنا .فالرجاء التكرم بالإجابة عن هذه الأسئلة وذلك بوضع علامة ( × ) في الخانة التي ترونها مناسبة .

علما بأن إجاباتكم سوف تحاط بالسرية التامة و لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي .

شاكرين لكم حسن تعاونكم وثقتكم .

الباحثان

**المحور الاول:** البيانات الشخصية

1-الجنس ذكر. أنثى

2-السن. أقل من 25 سنة - من 26 الى 31سنة.

- 32-36.سنة - اكثر من 36 سنة

3- مدة العمل :

أقل من 5 سنوات. - من 5 إلى 10 سنوات - أكثر من 10 سنوات

4-المستوى التعليمي

-إبتدائي. – متوسط ثانوي - جام

طبيعة العمل -5

دائم. متعاقد

**المحور الثاني :** طبيعة العلاقات العامة بالمؤسسة

1- هل تخصص لكن الإدارة أيام للاستقبال ؟

نعم. لا

2- كيف تقيم أسلوب تعامل الإدارة مع الأقسام الأخرى ؟

جيدة. مقبول نوعا ما. سيئة

3- هل تتحصل على المعلومات اللازمة لأداء العمل ؟

دائما. أحيانا. نادرا.

4- هل تجد صعوبة في نقل انشغالاتك للإدارة ؟

نعم. ☐ لا. ☐

5- هل سبق و إن شاركت في إجتماع موسع للإدارة ؟

نعم. ☐ لا ☐

6- كيف تقيم علاقتك مع زملائك في الأقسام الأخرى ؟

جيدة. ☐ مقبول نوعا ما. ☐ سيئة ☐

7- هل تشاركك الإدارة في عملية اتخاذ القرار ؟

نعم. ☐ لا ☐

**المحور الثالث :** الأساليب و الوسائل الاتصالية الأكثر استخداما في العلاقات العامة

1- ما هو نوع الأسلوب الإتصالي المعتمد في مؤسستكم ؟

الأسلوب الشفهي ☐ الأسلوب الكتابي. ☐ الأسلوب الالكترونية ☐

2- هل ترى أن الوسائل الاتصالية المعتمدة من قبل إدارة العلاقات العامة مناسبة لأداء العمل ؟

نعم. ☐ لا ☐

- هل يتم استخدام الوسائط الإتصالية الجديدة ؟

نعم. لا

- إذا كان جوابك نعم في ما تتمثل ؟

- مواقع التواصل الاجتماعي ☐ - المواقع الالكترونية ☐

- المدونات ☐ - وسائط أخرى ☐

4- هل تحقق الوسائل المعتمدة التنسيق في العمل ؟

نعم. ☐ لا ☐

- إذا كانت إجابتك ب لا. لماذا ؟

نعم. لا

**المحور الرابع :** دور مهارات إلاتصال في دعم أنشطة العلاقات العامة

1-هل تجد صعوبة في سرد المعلومات بدقة ووضوح لرؤسائك المباشرين؟

دائما ☐ أحيانا. ☐ نادراً. ☐ أبدا ☐

2- هل تعمل مؤسستك على تنمية مهارة الاصغاء لدى الموظفين لتمكينهم من الاستماع للآخرين؟

نعم ☐ لا ☐

3-هل تفهم الرسائل والتقارير الواردة اليك بسهولة؟

نعم. ☐ لا ☐

4-هل يستخدم وسائل الإيضاح التدعيمية أثناء صياغة رسائك الاتصالية الكتابية(للتقارير والمراسلات)؟

نعم. ☐ لا ☐

5-هل مكنكم وسائل التكنولوجيا المعلومات والاتصال من إيصال الرسالة الاتصالية بسرعة كبيرة وفي الوقت المناسب؟

نعم. ☐ لا ☐

6- هل استخدام مؤسستكم لتكنولوجيات الإعلام والاتصال من فهم محتوى الرسالة الاتصالية بشكل أفضل؟

نعم. ☐ لا ☐

7-في رأيك هل يتحقق الفهم المشترك من خلال الرسائل الاتصالية المرسلة؟

نعم. ☐ لا ☐

في حالة عدم فهمكم الرسائل الاتصالية لكم،هل أرسل لكم رسائل موضحة ومكملة الرسائل السابقة؟

نعم. ☐ لا ☐