جامعة يحي فارس المدية

كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية

قسم علوم الإعلام و الإتصال

دور القائم بالاتصال في تفعيل الاستراتيجية الاتصالية في المؤسسات الأمنية الجزائرية

دراسة حالة مؤسسة أمن ولاية المدية خلال الفترة الممتدة بين 2 فيفري إلى 30 ماي 2019

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص اتصال و علاقات عامة

إعداد الطالبتين :

- زرايقي أسماء
- حمزاوي كريمة

إشراف الأستاذ :

– تواتي رضوان

السنة الجامعية : 2019/2018

كلمة شكر

الحمد لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعاننا على أداء هذا الواجب ووفقنا إلى انجاز هذا العمل

نتوجه بجزيل الشكر والعرفان إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد على انجاز هذا العمل وفي تذليل ما واجهناه من صعاب وتخص بالذكر الأستاذ المشرف تواتي رضوان الذي لم يبخل علينا بتوجيهنا وإرشادنا وتقديم النصائح التي كانت عوناً لنا في إتمام هذا البحث

كما نتوجه بجزيل الشكر والإمتنان إلى أساتذة لجنة المناقشة والشكر موصول إلى كافة موظفي أمن ولاية المدية

إهداء

بسم الله الرحمان الرحيم "واخفض لخما جناح الذل من الرحمة وقل ربي ارحمهما كما ربياني صغيراً"

إلى رمز الحنان وميلاد الأمان إلى معنى الحب وبسمة الحياة إلى سر الوجود إلى من تحت قدميها جنة الخلد، إلى من سهرت الليالي تراقب دربي الطويل إلى من كان دعائها سر نجاحي إلى ست الحبايب أمي الغالية حفظها الله وأطال عمرها.

إلى مصدر القوة والإدارة إلى من كلله الله بالهيبة والوقار إلى من علمني العطاء بدون انتظار إلى من أحمل اسمه بكل فخر أرجو من الله أن يمد في عمره ويرزقه الشفاء ليرى ثماراً قد حان قطفها بعد طول انتظار "والدي العزيز" حفظه الله

إلى إخوتي الأعزاء الذين كانوا سنداً لي "عبد القادر، الطاهر، يوسف، عبد الكريم، يحي، فؤاد، أسأل الله أن يبارك لي فيهم ويرزقهم فرحة تسعد قلوبهم"

إلى شموع البيت ونورها أخواتي الحبيبات عائشة، رشيدة، صليحة، وأطفالهم حفظهم الله ورعاهم

إلى نسمة الحياة وضحكة الدنيا إلى من كان سنداً عظيما ل "جلال الدين" ووالديه الكريمين أطال الله عمرهما

إلى كل من شاركني لحظات الفرح والحزن إلى كل صديقاتي دون استثناء

إلى كل الذين لم تسعهم مذكرتي ووسعتهم ذاكرتي

كريمة

إهداء

أهدي ثمرة نجاحي هذا إلى من جرع الكأس ليسقيني قطرة حب...

إلى من كلت أنامله يقدم لنا لحظة السعادة إلى من حصد الأشواك عن دربي ليمهد طريق العلم إلى القلب الكبير

....أبي العزيز.....

إلى من أرضعتني الحب والحنان ...إلى رمز الحب وبلسم الشفاء....

إلى القلب الناصع بالبياض

....أمي الحبيبة.....

إلى القلوب الظاهرة والنفوس البريئة إلى رياحين حياتي إخوتي بشير ومعمر وفقهم الله ورعاهم.

وأضوائي حياة، رشيدة، سميحة وأزواجهم وأبنائهم

كما أهدي هذا النجاح إلى من سيكون رفيق دربي وشريكي في هذه الحياة خطيبي عمران حفظه الله.

إلى من تقاسمت معهن الحياة الجامعية صديقاتي نجوى، سامية، عتيقة، شهيرة.

إلى من شاركتني في انجاز هذا العمل زميلتي كريمة

إلى أستاذي الفاضل الذي رافقنا طيلة هذا العمل الأستاذ تواتي رضوان

وإلى كل من أحببتهم وأحبوني أصدقائي وصديقاتي حفظهم الله ورعاهم

أسماء

خطة الدراسة :

مقدمة عامة

الاطار المنهجي

إشكالية الدراسة

تساؤلات الدراسة

أسباب اختيار الموضوع

أهمية الدراسة

أهداف الدراسة

منهج الدراسة

أدوات الدراسة

مجتمع الدراسة

عينة الدراسة

الحدود الزمكانية للدراسة

تحديد المصطلحات

الدراسات السابقة

صعوبات الدراسة

الإطار النظري

تمهيد

المبحث الأول: مدخل إلى القائم بالاتصال

المطلب الأول : مفهوم القائم بالاتصال

مطلب المطلب الثاني : خصائص وصفات القائم بالاتصال

المطلب الثالث : الشروط الواجب توفرها في القائم بالاتصال

المطلب الرابع : العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال

المطلب الخامس : دور و مسؤوليات القائم بالاتصال

المطلب السادس : أهداف القائم بالاتصال

تمهيد

المبحث الثاني : مدخل إلى الإستراتيجية الاتصالية

المطلب الأول : مفهوم الإستراتيجية الاتصالية

المطلب الثاني : أنواع الإستراتيجية الاتصالية

المطلب الثالث : مبادئ التخطيط للإستراتيجية الاتصالية

المطلب الرابع : معوقات الإستراتيجية الاتصالية

الإطار التطبيقي

المبحث الأول : تقديم امن ولاية المدية

المطلب الأول : بطاقة فنية عن امن ولاية المدية وهيكلها التنظيمي

المطلب الثاني : نشاطات وأهداف امن ولاية المدية

المطلب الثالث : الإستراتيجية الاتصالية للقائم بالاتصال لدى امن ولاية المدية

المطلب الرابع : أهداف إستراتيجية الاتصال للقائم بالاتصال لأمن ولاية المدية

المبحث الثاني : تفريغ وتحليل البيانات

المطلب الأول : تحليل نتائج الاستمارة

المطلب الثاني : نتائج الدراسة والاستنتاج العام

خاتمة

الفهرس

فهرس الجداول

الملاحق

- **ملخص الدراسة باللغة العربية :**

يعد القائم بالإتصال عضوا مهما في الهيكل التنظيمي للمؤسسة، وخاصة في تفعيل الإستراتيجية الإتصالية داخل المؤسسات الجزائرية بصفة عامة وداخل أمن ولاية المدية بصفة خاصة، لما يقدمه القائم بالإتصال نت تأثير كبير في تعزيز الإستراتيجية الإتصالية من خلال التفاني في العمل وخلق الإنسجام والتناسق بين مختلف العناصر المكونة لها لإستقرار المؤسسة ومن خلال المعلومات التي يقوم بتوفيرها القائم بالإتصال من الجمهور بنوعيه، وايصالها إلى مركز القيادة لمساعدته في اتخاذ القرارات التي تلائم كلا الجمهورين، والمساهمة في تحقيق الأهداف التي تسعى المؤسسة إلى تحقيقها والتي تتمثل في التأثير الحاصل للقائم بالإتصال في تفعيل الإستراتيجية الإتصالية الذي يساهم بطريقة ايجابية في نجاح المؤسسة وسيرها ورسم صورة حسنة عنها لدى جمهورها.

- **ملخص الدراسة باللغة الانجليزية :**

The contact person is an important member of the organization's organizational structure, especially in activating the communication strategy within the Algerian institutions in general and within the security of Medea in particular. The contact person has a great influence in enhancing communication strategy through dedication to work and creating harmony among the various components For the stability of the institution and through the information provided by the contact person from the public of the two types, and delivery to the leadership to help him make decisions that fit both audiences, and contribute to the

achievement of the objectives that the Foundation seeks to achieve Which is the impact of the communicator in activating the communication strategy, which contributes positively to the success of the institution and its operation and drawing a good image of it in the public.

مقدمة

يعد الإتصال حاجة انسانية ضرورية ، تتطور بتطور الإنسان وحياته الإجتماعية، فمن خلال الإتصال تترجم الأرضية الثقافية للجماعة بتبادل المعلومات ونقل الآراء والخبرات، فهو وسيلة لطرح مشكلات الحياة التي تواجه الأفراد والمؤسسات.

فالإتصال عملية أساسية بين البشر من خلال التعرف على بعضهم وعلى مجتمعاتهم بفضل عملية الإتصال التي تنشأ في إطار سياق ثقافي واجتماعي يضفي عليها الفهم ويكسبها القدرة على التأثير. ولأهمية الإتصال البالغة أصبح موضوع يجذب الدارسين والباحثين في العلوم الإنسانية عامة وعلوم الإعلام والإتصال خاصة، حيث وضعت له عديد النظريات الخاصة به وأصبح علم قائم بذاته .

إذ أن الاتصال عصب الحياة داخل المؤسسات مهما كان طابعها ، لأنه المغذي للروابط والعلاقات التي تجمعها بغيرها، وأصبحت المؤسسات تولي اهتماما بالغا للجانب الاتصال في خططها واستراتيجياتها وفي تسيير علاقاتها مع الشركاء ، فهو عامل مهم لنجاح المؤسسة وتطورها، والعلم الحديث طور من وسائل الاتصال واستفادت المؤسسات من هذا التطور ، حيث سهلت الوسائل الحديثة تبادل المعلومات وأعطت للجمهور فرصة المشاركة.

ويعتبر القائم بالإتصال أحد الأطراف الأساسية في العملية الإتصالية ، نظراً لدوره الفعال في انجاح هذه العملية ، فهو صانع الرسالة الاعلامية وهو المخطط للإستراتيجية الاتصالية التي تعتبر أساس داخل كل مؤسسة ، فله دور رئيسي في نقل المعارف والمعلومات واعطاء صورة جيدة عن المؤسسة والعمل على توطيد العلاقة بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي من خلال استراتيجية اتصالية بناءة وفعالة تكون ملمة بكافة ميولات ومتطلبات الجمهور وتدفع بالمؤسسة للتقدم والعمل على تحقيق أهدافها وممارسة نشاطاتها في جو مناسب وضمان استمراريتها .

وهذا ما دفعنا لدراسة موضوع القائم بالإتصال واختيارنا لمؤسسة أمنية وكان موضوع الدراسة بعنوان "دور القائم بالإتصال في تفعيل الإستراتيجية الاتصالية داخل المؤسسة الأمنية الجزائرية" دراسة حالة لأمن ولاية المدية معتمدين على خطة بحثية تناولنا في الفصل الأول الإطار المنهجي وقد شمل اشكالية الدراسة، والتساؤلات الفرعية، أسباب اختبار الموضوع، أهمية وأهداف الموضوع، منهج وأدوات البحث، مجتمع البحث وعينته، مفاهيم الدراسة والدراسات السابقة والصعوبات.

أما الفصل الثاني الإطار النظري وقد تطرقنا فيه إلى مبحثين : الأول خاص بالقائم بالإتصال، والمبحث الثاني تناولنا فيه الإستراتيجية الاتصالية.

والفصل الثالث والذي خصص للجانب التطبيقي والذي تناولنا فيه بطاقة فنية عن المؤسسة، وتفريغ البيانات وتحليل الجداول وأهم نتائج الدراسة ثم خاتمة.

1. الإشكالية

يعتبر الإتصال أحد الأنشطة الإنسانية المهمة في حياتنا اليومية، كونه يقوم على تبادل المعلومات والمعارف والخبرات بين الأفراد سواء بالطرق المباشرة أو غير المباشرة أو الوسائل المكتوبة أو المسموعة، بحيث يعمل الإتصال على تطور المجتمعات وازدهارها.

وهذا التطور والتغير لا يفوت إلا إذا توفرت إدارة تنظم علاقة الأفراد ببعضهم، ولكل مؤسسة إدارة تعتمد على خطط استراتيجية وحيوية تسير وفقها تكون مدروسة ومخططة لها من قبل أشخاص أخصائيين في الاتصال، فكانت الحاجة إلى استحداث مكتب في كل مؤسسة خاص بالإتصال يشرف عليه القائم بالإتصال والذي هو عبارة عن منظم للإتصال يعمل على إعداد الرسائل بشتى أشكالها وإرسالها للجماهير عبر وسائل محددة، فأصبحت في العصر الحديث وظيفة القائم بالإتصال وظيفة حيوية في كل مؤسسة تحترم نفسها وتعمل على تحسين صورتها وكسب مزيد من الجماهير ومن ثمة ظهرت المكانة المهمة للقائم بالإتصال باعتباره المحرك الأساسي للإتصال في المؤسسات.

في ظل سعي المؤسسات الحديثة للتطور والبحث عن المكانة المرموقة وجب على القائم بالإتصال أن يعمل على تطوير سبل الإتصال وفق استراتيجية اتصالية شاملة وبناءة تعتمد على أحدث الوسائل في مجال الإتصال والإعلام.

وكان للمؤسسات الجزائرية نصيب من هذا لإستحداث والتطور فقد بدأت المؤسسات في كافة القطاعات تولى اهتماما بالغاً بالقائم بالإتصال وباستراتيجياته ورؤياه المستقبلية التي تعمل على رقي المؤسسة، والمؤسسات الأمنية الجزائرية على غرار المؤسسات الأخرى عملت على مدى طويل على تحسين صورتها والتقرب أكثر من الجماهير ونشر النظام والأمن العمومي وحتى الاستراتيجيات الاتصالية المتبناة من قبل القائم بالإتصال، فالواقع الجزائري شهدت عدة تحولات وتغيرات تطلب ذلك،

وكان لأمن الولاية المدية نصيب من هذا التطور والتغير واهتمامها بالإتصال والإعلام فرض عليها الإهتمام بالقائم بالإتصال الذي يعتبر المنتج للمواد الإعلامية التي تعتبر جسر ربط بين المؤسسة وجمهورها لما يمتاز به من قدرات وكفاءات في بناء التواصل الفعال بوتيرة مستمرة ومتجددة نظراً للتطور الحاصل في المجتمع الجزائري،

وهذا مما دفعنا لطرح السؤال المحوري التالي :

-ما دور القائم بالإتصال في تفعيل الإستراتيجية الإتصالية في المؤسسات الأمنية الجزائرية؟

2. التساؤلات الفرعية

- ماهي أهم مواصفات القائم بالإتصال داخل أمن ولاية المدية؟
- ماهي الاستراتيجيات الاتصالية المتبعة من طرف القائم بالاتصال لدى أمن ولاي المدية؟
- ما طبيعة علاقة العمل للقائم بالاتصال وتفعيل الاستراتيجية الاتصالية في أمن ولاية المدية؟

3. أسباب اختيار الموضوع :

أ. أسباب ذاتية :

- الفضول الشخصي للتعرف على مهام القائم بالإتصال
- اهتمامنا بالبحوث المتعلقة بالقائم بالإتصال ودوره داخل المؤسسة الأمنية حيث يرتبط هذا الاخير بالجانب المهني والدراسي.
- نقص الدراسات المتعلقة بالقائم بالإتصال داخل المؤسسات الأمنية .

ب. أسباب موضوعية :

- قابلية الموضوع للدراسة والبحث علمياً ومنهجيا

- معرفة الخطط الإستراتيجية للقائم بالإتصال باعتبار أن العنصر البشري يعتبر مهم وفعال في النظام الإتصالي.

- الرغبة في بإيصال الرسالة إلى المؤسسة المختارة بمدى أهمية القائم بالإتصال وبقيمة الاستراتيجية الاتصالية التي تحافظ على صورتها ونجاحها.

- معرفة دور القائم بالإتصال في تفعيل الاستراتيجية الاتصالية داخل المؤسسة الأمنية.

4. أهمية الدراسة :

يعتبر موضوع القائم بالإتصال داخل المؤسسات الأمنية من الموضوعات ذات الأهمية البالغة التي تثير فضول الباحثين في مجال الاعلام و الاتصال ، و لا سيما في مجال العلمي و المهني ، ذلك أن القائم بالاتصال هو الذي يتولى إدارة العملية الإتصالية وتسيرها ومدى فعاليته في تفعيل الإتصال الإستراتيجي الذي يعد عنصر حيوي في المؤسسة، وهذا يقودنا إلى الإدراك والتحسين بأهمية القائم بالإتصال في تفعيل الإتصال الإستراتيجي ومدى الحاجة إليه في مؤسسات اليوم.

ومن خلال ما سبق تكمن أهمية هذا الموضوع فيما يأتي :

- تركيز الدراسة على ابراز الدور الذي يلعبه القائم بالإتصال في تفعيل الاتصال الاستراتيجي داخل المؤسسة الأمنية لأمن ولاية المدية

- حداثة الموضوع حيث أن موضوع القائم بالاتصال في تفعيل الاتصال الاستراتيجي داخل المؤسسة الأمنية لم يحظى باهتمام كبير لدراسته من قبل الباحثين.

5. أهداف الدراسة

- تهدف هذه الدراسة إلى :

- إبراز الدور الهام الذي يلعبه القائم بالاتصال في نجاح المؤسسة الأمنية لأمن ولاية المدية

- الكشف عن الاستراتيجية الاتصالية المتبعة من قبل القائم بالاتصال في أمن ولاية المدية
- التعرف على الخصائص والسمات التي يتميز بها القائم بالإتصال لأمن ولاية المدية
- توضيح مدى فاعلية القائم بالاتصال في تأثيره على الاستراتيجية الاتصالية لأمن ولاية المدية.

6. منهج الدراسة :

قبل التطرق إلى المناهج المستخدمة لا بد من الإشارة إلى أن كل منهج له شروطه ومتطلباته وقدرات محدودة في البحث والتقصي تفرض على الباحث استخدامها في حالات معينة، إذ أن عملية اختبار الباحث لمنهجه لا يتم بطريقة عشوائية وإنما حسب طبيعة الموضوع المعالج ونوعيته هي التي ترغم على الباحث اختبار منهج على آخر[1]

وبذلك فقد عرف المنهج بأنه الأسلوب أو الطريقة الواقعية التي يستعين بها الباحث لمواجهة بحثه أو في دراسة لمشكلة موضوع البحث.

فالمنهج إذن هو الطريقة المتبعة للإجابة على الأسئلة التي تثيرها إشكالية البحث كما أن اخيارها لا يأتي من قبيل الصدفة أو ميل أو لرغبة الباحث دون الآخر بل إن موضوع الدراسة وأهدافها اللذان يفرضان المنهج المناسب.

ان اختيارنا لمنهج معيناً وحل مشكلتنا البحثية، يفرض علينا في اختيارنا هذا مراعاة ملائمة المنهج المختار مع أهداف الدراسة، لأن المنهج هو الكمية التي يمكث بواسطتها الإجابة على السؤال، كيف يمكن حل مشكلة هذا البحث؟ لذلك فقط توصلنا إلى أن حل مشكلتنا البحثية هذه يستلزم الإعتماد على منهج دراسة الحالة الذي يقوم على جمع بيانات ومعلومات كثيرة وشاملة عن حالة فردية واحدة أو عدد محدود من الحالات وذلك بهدف الوصول إلى فهم أعمق للظاهرة المدروسة وما يشبهها من ظواهر،

[1]- مصطفى صلاح الفول ، علم الاجتماع، المفهوم- الموضوع-المنهج ، دار الفكر العربي القاهرة.1980.ص60

حيث تجمع البيانات من الوضع الحالي للحالة المدروسة وكذلك عن ماضيها وعلاقتها من أجل فهم أعمق وأفضل للمجتمع الذي تمثله.

7. أدوات الدراسة :

تعتبر مرحلة جمع المعلومات مرحلة مهمة في البحث فهي تحتاج إلى اهتمام كبير من طرف الباحث لأن اختيار الأمثل للأدوات يساعد في تسهيل جمع البيانات بأكبر قدر ممكن لهذا نجد معظم الباحثون يستخدمون أدوات متعددة[1]

وقد اعتمدنا في دراستنا على أدائين هما :

- **المقابلة العلمية :**

هي عبارة عن حوار يدور بين الباحث (المقابل) والشخص الذي تتم مقابلته (المستجيب) يبدأ هذا الحوار يخلق علاقة وئام بينهما، ليضمن الباحث الحد الادنى من تعاون المستجيب ثم يشرح الباحث الغرض من المقابلة، وبعد أن يشعر الباحث بأن المستجيب على استعداد للتعاون يبدأ يطرح الأسئلة التي يحددها مسبقاً ثم يسجل الإجابة بكلمات المستجيب وهكذا يلاحظ أن المقابلة عبارة عن استباقة شفوية.

تقنية مباشرة للتقني العلمي تستعمل إزاء المجموعات من أجل استجوابهم

المقابلة هي بطريقة موجهة[2]

---

[1]–أحمد بن مرسلي مناهج، البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2003، ص203

[2]–عودة سليمان وزميله، أساسيات البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية، ص188

- **الإستبيان :**

هناك عدة ترجمات للإستبيان questionnaire فأحياناً يترجم بالإستقصاء وأحياناً بالاستفتاء وكلها كلمات تشير إلى وسيلة واحدة لجمع البيانات.

والاستبيان أداة يستخدمها باحثو البحوث التربوية على نطاق واسع للحصول على الحقائق وتجميع البيانات عن الظروف الأساليب القائمة بالفعل بالإضافة إلى استخدامه في البحوث التي تقيس الإتجاهات والآراء والخبرات السبقة وربطها بالسلوك الحالي من خلال الإجابة على عدد من الأسئلة المكتوبة في نموذج سبق إعداده.

وتقنيته ويقوم المجيب بملئه بنفسه، ويسلم أو يرسل هذا النموذج لعينة كبيرة نسبيا من أفراد مجتمع البحث وذلك لأن العينة يجب أن تكون ممثلة لجميع فئات المجتمع المراد فحص آراءه.[1]

ويعرف الاستبيان بأنه تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن موضوع المبحوث في إطار الخطة والبيانات المطلوبة من أجل الحصول على اجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة[2]

لقد اعتمدنا على استمارة الاستبيان كأداة أساسية لجمع المعلومات من خلال توجيه مجموعة من الأسئلة بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر المبحوثيين واتجاهاهم ودوافعهم نحو موضوع معين، وللحصول على معلومات دقيقة عن الموضوع، فقد استخدمنا أسئلة مغلقة وأخرى نصف مفتوحة، فالأسئلة المغلقة تحتوي على اقتراحات وعلى المبحوثيين سوى اختيار أحد الإقتراحات وقد تحتمل أكثر من اقتراح واحد، فيما يتعلق بالأسئلة التي تحتمل اقتراحا واحداً وذلك من خلال

---

[1] –فاطمة عوض صابر ،ميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية، الطبعة الاولى، 2002م ،ص116

[2] –أحمد بن مرسلي مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال ط4 ديوان المطبوعات الجامعية 2010.ص216

وضع علامة (x) في الخانة المناسبة، أما بالنسبة للأسئلة نصف مفتوحة فاحتوت إلى جانب الإقتراحات، فضاء للتعبير عن الرأي المستقل للمبحوثيين وإيداء وجهات نظرهم وما يوجد في تفكيرهم من آراء.

وأشير أن الأسئلة المتضمنة في الإستبيان هي أسئلة مصاغة بشكل بسيط واقتصرت على أسئلة قصيرة ذات معاني دقيقة لتفادي الغموض وتشويش أفكار المبحوث.

وجاءت دراستنا في الإستمارة الخاصة بهذه الدراسة في ثلاث محاور، وقد جاء المحور الأول بعنوان دور القائم بالإتصال ومواصفاته، أما المحور الثاني جاء بعنوان الإستراتيجية الإتصالية المتبعة من طرف القائم بالإتصال والمحور الثالث والأخير بعنوان العلاقة بين القائم بالإتصال والإستراتيجية الإتصالية.

وقد عرضنا الإستمارة على مجموعة من الأساتذة المحكمين الأستاذ معياش ايدير والاستاذ العيدي موسى، فقد قاموا بتصحيح لنا بعض المفاهيم.

8. مجتمع الدراسة :

إن مجتمع البحث يشمل جميع الأفراد أو الأشياء أو الأشخاص الذين يشكلون موضوع مشكلة البحث وهو جميع العناصر ذات العلاقة بمشكلة الدراسة التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها نتائج البحث ويتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في موظفي أمن ولاية المدية.

يلجأ إليها الباحث في حالة وجود مجتمعات تتميز بتباين واختلاف مفرداتها بحيث يمكن اختبار جزء من الكل وهذا الجزء تشكيلاً للكل ويتميز هذا الجزء بخصائص ومميزات معينة تتميز بها عن بقية الطبقات الأخرى وعليه يتم اختيار العينة من خلال تحديد :

- حجم مجتمع البحث الكلي
- تقسيم مجتمع البحث إلى فئات متباينة حسب موضوع الدراسة
- تحديد عدد أفراد كل طبقة
- تحديد نسبة مفردات كل مجموعة أو طبقة بالنسبة للعدد الكلي بمفردات مجتمع البحث
- استخدام الأسلوب العشوائي البسيط أو المنظم لإختيار المفردات في كل طبقة.

9. عينة الدراسة :

لعلى من اهم المشاكل التي يواجهها الباحث هي اختيار العينة للبحث العلمي هذه الأخيرة لها جانب كبير من الأهمية لأن عليها تتوقف أمور كثيرة إذ تتوقف كل القياسات والنتائج التي يخرج بها الباحث من دراسته، فتعرف العينة بأنها عبارة عن مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية وتعتبر جزء من الكل أي بنسبة معينة من أفراد المجتمع المحلي ثم تعمم نتائج الدراسة على المجتمع كله.[1]

- اعتمدنا في دراستنا هذه على العينة العشوائية البسيطة وهي اختيار مجموعة من موفي أمن ولاية المدية، نظرا لأنهم يوفون بغرض الدراسة التي ترغب القيام بها. فتعرف العينة العشوائية البسيطة عند البعض لفظ يدل على الإختبار الإرتجالي، ولكن هذا غير صحيح فالإختبار العشوائي للعينة يتم وفقاً لقواعد العينة طرقاً آلية لمنع الباحث من التحيز في النتائج نتيجة التحكم المباشر في اختيار المفردات فقد توضع أسماء المفردات جميعها في إناء كبير ثم تقلب تقليباً جيداً قبل سحب العدد المطلوب منها [2]

[1]-رشيد زروي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الإجتماعية ط3، ديوان المطبوعات الجامعية المطبعة الجهوية بقسنطينة الجزائر 2008.ص167

[2]-فطمة عوض صابر ، ميرفت علي خفاجة ،مرجعسبق ذكره ، ص 116

- وهذا النوع يخدم هدف بحثنا لطبيعة الدراسة في حد ذاتها، فقد قمنا باختبار 60 مفردة من أجل الإجابة على اشكالية البحث المتمثلة في دور القائم بالإتصال في تفعيل الإستراتيجية الإتصالية، وقد أعيدت لنا 56 مفردة فيما ألغينا منها 6 مفردات ليبقى الناتج في الأخير 50 مفردة.

10. الحدود الزمكانية الدراسة :

تحتل الدراسة مكانة كبيرة ضمن البحوث والدراسات التنظيمية وتعد ركيزة أساسية فيها فإنها تمكن الباحث من معرفة الوجهة والمكان المخصص لإجراء الدراسة وجميع الخصائص ضمنها، لذلك نجدها تنقسم إلى ثلاث مجالات :

1-المجال البشري :

أجريت الدراسة المنهجية تحت عنوان دور القائم بالإتصال في تفعيل الاستراتيجية الاتصالية داخل المؤسسة الأمنية الجزائرية لأمن ولاية المدية التي تحتوي على موفين، وعمال واداريين، وضباط...الخ

2-المجال الزمني :

لقد تمت هذه الدراسة خلال شهر فيفري إلى غاية شهر ماي من السداسي الثاني من الموسم الجامعي 2019/2018.

3- **المجال المكاني** : تتمثل الحدود المكانية في أمن ولاية المدية

11. تحديد المفاهيم :

أ. القائم بالإتصال :

التعريف الاصطلاحي :

يسمى عند بعض الباحثين ب "صاحب الرسالة" الذي يختلف عن القنان الفرد أو الكاتب الفرد من حيث أنه يعمل من خلال تنظيم معقد يتمثل فيه مبدأ تقسيم العمل على نطاق كبير، كما ينطوي على قدر من التكلفة "رايت 1983. 16 "[1]

– القائم بالإتصال هو الشخص الذي يستهدف التأثير في الناس بأفكار لديه خلفية واسعة عنها يؤمن بها ويصدر عنها في سلوكه وتصرفاته ويستخدم لذلك كافة إمكانيات وسائل الإعلام المتاحة ومختلف الاساليب الإقناعية من اجل تكوين رأي عام وذلك وفق منهج علمي وفني مدروس ومخطط ومستمر.[2]

– ويعرف أيضا : يعد من وجهة نظر الكثير من الباحثين من أهم العناصر التي تتحكم في عملية الاتصال الجماهيري خاصة في مجال الصحافة مما يستلزم الاهتمام لهذا العنصر وفي شتى جوانب الممارسة الصحفية بصفة عامة والاخبارية بصفة خاصة[3]

– القائم بالاتصال هو أي فرد أو فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد إلى آخر عبر الوسيلة الإعلامية أو له علاقة بتسيير أو مراقبة نشر الرسائل إلى الجمهور عبر الوسائل الإعلامية، وهم الذين يؤدون دورا فعالا ومباشرا في انتاج الوسائل الإعلامية[1]

–كمال خورشيد مراد ،الاتصال الجماهيري والاعلام ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الاولى ،2011م 1432[1]هـ، ص279

[2] –محمد منير حجاب المعجم الاعلام

–[3]عادل فهمي البيومي، البرامج الدينية في التلفزيون النصري ودورها في التثقيف الديني للشباب ،رسالة ماجيستر ، جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ،1991 ص7

التعريف الإجرائي :

يمكن تعريف القائم بالإتصال بأنه أي شخص داخل فريق عمل ينتمي لإحدى المؤسسات ويتطلع بمسؤولية ما، في صنع وانتاج الرسالة الاتصالية بدءا من وضع الفكرة أو السياسة العامة ومراحل الصياغة المختلفة لها والانتهاء بإخراجها وتقديرها للجمهور المتلقي بهدف التأثير.

و القائم بالاتصال لدى أمن ولاية المدية هو شخص مكلف بالاتصال و الاعلام و اعداد الخطط الاستراتيجية المتعلقة بالاعلام و هو رئيس خلية الاتصال و العلاقات العامة .

ب. الاستراتيجية الاتصالية

التعريف الاصطلاحي

– هي مجموعة القرارات الكبرى التي تتخذ من بين الاختيارات الهامة في الاتصال تحديدا للأهداف المرجوة منه والوسائل المستعملة فيه، أي أن الاتصال الاستراتيجي يتعلق بكل ماله صفة الارتباط والتنسيق في أداء عمل ما أو السعي لتحقيق غاية مشتركة اضافة إلى استعمالها كافة أشكال ووسائل الاتصال الشخصية والجماهرية.[2]

يقصد بالاتصال الاستراتيجي هو جميع أنواع التواصل الذي تقوم به منظمة ما أو مجموعة من منظمات المجتمع المدني بخصوص شأن اجماعي أو اقتصادي أو سياسي بشكل مباشر من خلال وسائل وسيطة بهدف تحقيق التغيير الايجابي على مستوى الجمهور المستهدف أو كسب التأييد للضغط على صناع القرار أو في بعض الاحيان لتقديم خدمات على مستوى المجتمعات المحلية.[3]

---

[1] –نجوى نوال، القائمون بالاتصال، المركز لقومي للبحوث الاجتماعية، القاهرة، 1992 ،ص5

[2] -عيسى بوكرموش ،استراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية ،رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجيستر في علوم والاتصال ،جامعة الجزائر، سنة 2012–2013

[3] –الاتصال الاستراتيجي ، دليل المنظمات غير الربحية ،الناشئة 2013، برنامج تعزيز وتطوير المجتمع المدني.

الاستراتيجية الاتصالية هي خطة عمل واضحة يتم فيها تحديد المسؤوليات والأولويات والميزانية والأطر والاجراءات لخل وتوزيع المعلومات فيما يخص علاقات المنظمة مع الخارج والداخل.[1]

كما يعرف أيضاً : أنه حلقة وصل بين المؤسسة والمجتمع المحيط به ففي كل مجتمع لا بدمن وجود مؤسسات وهيئات مختلفة قائمة لتحقيق غايات ووظائف معينة.[2]

- **التعريف الإجرائي :**

نقصد بالإتصال الإستراتيجي ذلك الإجراء الفعلي التقني والاستراتيجي الذي تقوم به المؤسسة الأمنية من خلال توظيفها لمجموعة من التقنيات والوسائل الإتصالية قصد التواصل مع المواطنين.

ج. مفهوم الإعلام الأمني :

اصطلاحاً :

يعتبر الإعلام الأمني من المفاهيم الحديثة التي ظهرت على الساحة الإعلامية نتيجة لتطور الحياة الإجتماعية في العقد الأخير من القرن العشرين خاصة، وكنتيجة للتقدم المذهل لوسائل الإعلام والحاجة إلى الإستفادة من إمكانات وسائل الإعلام المختلفة، كوسائل تأثير فعالة ساعدت العديد من المؤسسات على تحقي أهدافها وتحسين صورتها لدى المتعاملين معها.[3]

أ. هو المجهود الإعلامية المبذولة من خلال وسائل الإعلام المختلفة لإلقاء الضوء على العمل الشرطي بوجه عام والعمل على تكوين صورة طبية من الشرطة في أذهان الجماهير.[4]

---

[1] usaid ،من الشعب الأمريكي ،استراتيجيات الاتصال الداخلي والخارجي –مجلة مصر

–مصطفى حجازي، الاتصال الفعال والعلاقات الانسانية الإدارية، دار المطبعية للنشر و التوزيع، بيروت، 1982[2]،ص25

[3]– جاسم خليل، الاعلام الأمني، مركز الكتاب للنشر، الطبعة الأولى، 1426 هـ 2006م

[4]–حمدي شعبان، الإعلام الامني وإدارة الأزما والكوارث، أكادمية الشرطة، القاهرة، 1997، ص2

– تنحصر وظيفة الإعلام من الناحية النظرية في تزويد الجماهير بالحقائق الصحيحة التي تساعدهم على تشكيل الرأي العام السليم واتخاذ الفعل المناسب الملائم، بينما الأمن يؤدي من خلال جهاز الشرطة والمجتمع لتحقيق الاستقرار والشعور بالطمأنينة وتوعية الأفراد في المجتمع من المخاطر المحيطة بهم.[1]

– الإعلام الأمني هو مختلف الرسائل الإعلامية المدروسة التي تصدر بهدف توجيه الرأي العام لتحقيق الخطة الشاملة والتصدي للأسباب الدافعة لإرتكاب الجريمة والتوعية بأخطار ومخاطر الجرائم وإرشاد المواطنين بأسلوب يضمن عدم وقودهم فريسة للجريمة أو التوريط في ارتكابها وكذا تيسير الجمهور بأساليب الوقاية من الجريمة، من خلال تدابير مختلفة وتنمية حسهم الأمني وإشعارهم بمسؤوليتهم الجماعية في مكافحة الإنحراف والجريمة ونشر الحقائق عن الأحداث الأمنية دون تمويل أو تهوين بالإضافة إلى تشجيع المواطنين على التعاون مع رجال الشرطة ودورهم الإنساني والإجتماعي وإسهامهم في حفظ حركة الحياة بانتظام واضطراء مع إظهار تضحيات رجال الشرطة لتحقيق الأمن والأمان.[2]

ب. التعريف الإجرائي :

يقصد بالإعلام الأمني هو كافة أوجه النشاط الأمني التي ثبتها وسائل الإعلام لتوعية المجتمع وإبراز مجهودات الشرطة ودورها في إرساء الأمن والإستقرار لضمان تعاون المواطن معها.

[1]–بسام عبد الرحمان المشاقبة ،الإعلام الأمني دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن ،2012 ص117

[2]–محمود قظام السرحان، الإعلام الأمني والشباب، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، المملكة العربية السعودية، 2001 ،ص 63

12. دراسات سابقة :

الدراسة الأولى :

- "استراتيجية الإتصال في الحملات الإعلامية" دراسة وصفية لإسترتيجية التوعية المرورية ولاية غرداية نموذجا أطروحة لنيل شهادة ماجيستر في علوم الإعلام والإتصال 201- 2013

إشكالية الدراسة :

انطلق الباحث من إشكالية تتمثل في :

كيف ينسق المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق جهوده الإتصالية في إدارته للأمن المروري بولاية غرداية؟

وبعد تفكيكه لهذا التساؤل الرئيسي استخرج خمسة أسئلة فرعية فيما يلي :

1- هل يعتمد المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق على استراتيجية اتصالية واضحة قائمة على التنسيق المشترك بين كل الأطراف المعنية بالسلامة المرورية؟

2- أين تكمن فعالية الحملات الإعلامية التي يقوم بها المركز الطبي للوقاية في الجزائر وكيف يتم تصميم وتخطيط الإستراتيجية الإتصالية لنجاحها؟

3- ما هي أطراف التوعية المرورية بولاية غرداية؟

4- كيف ساهمت الإذاعة المحلية لولاية غرداية في تفعيل هذه الإستراتيجية

5- هل كانت الإستراتيجية الإتصالية للمركز الوطني للوقاية ناجحة في ضبط الأمن المروري لولاية غرداية؟

أهم نتائج الدراسة ما يلي :

1- غياب حقيقي لقانون المرور الساري

2- تزامن تفعيل القانون الجديد بإخلاق الحملة السنوية التوعية التي أطلقتها الإذاعة الوطنية، مما شكل تكاملا استراتيجيا للدفع. أكثر بالعمل الوقائي من خلال المزاوجة بين العمل التشريعي الردعي والعمل التوعوي التحسسي.

3- بالرغم من تراجع العمل بالقانون الردعي مرة واحدة إلا أن حوادث المرور لم تشهد ارتدادا مرة واحدة أي أنها عادت للتنامي تدريجيا بعد سنة 2011

أوجه التشابه :

- قام الباحث بدراسة الإستراتيجية الإتصالية وهذا ما قمنا به نحن بدراسته في بحثنا.
- اختار الباث مؤسسة أمنية في دراسته وكذلك نحن قمنا باختيار نفس المؤسسة

أوجه الإختلاف :

- قام الباحث بدراسة الإستراتيجية الاتصالية في الحملات الإعلامية

أما دراستنا نحن فقد سلطت الضوء على الإستراتيجية الإتصالية للقائم بالإتصال

- دراستنا كانت دراسة حالة لأمن ولاية المدية أما دراسته كانت دراسة وصفية

ل الدراسة الثانية :

- "استراتيجية الإتصال للإرادة الإستشفائية الجزائرية دراسة وصفية للإدارة الإستشفائية بالأغواط"[1]

[1] -عيسى بوكرموش، استراتيجية الإتصال في الحملات الإعلامية ،رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجيستير في علوم الاعلام و الاتصل ، جامعة الجزائر 3 ، 2012- 2013

- **إشكالية الدراسة :**

ما الذي تقوم به الإدارة الإستشفائية الجزائرية من ناحية الإتصال وإستعماله إدارتها من أجل الحفاظ على صحة سكانها وهل لها استراتيجية في ذلك؟

تساؤلات الدراسة :

1- استراتيجية الإتصال للإدارة الإستشفائية الجزائرية والإدارة الإستشفائية بالأغواط موجودة أم لا؟

2- أين تظهر استراتيجية الإتصال للإدارة الإستشفائية الجزائرية من خلال الإدارة الإستشفائية بالأغواط؟

3- استراتيجية الإتصال لهذه الإدراة مطبقة أم لا؟

4- ما مدى نجاح استراتيجية الإتصال للإدارة الإستشفائية؟

أهم نتائج الدراسة :

1- الإستراتيجية الإتصالية في الحملات التحسيسية الخمسة التي تطرقنا إليها للإدارة الإستشفائية لولاية الأغواط غير مطبقة

2- التركيز على استراتيجية الإتصال في الحملات في أوقات معينة من السنة ثم تنطفأ

3- عدم استعمال المطويات بكثرة وبصفة دائمة وذلك في أغلب الحملات

4- الملصقات تكاد تنعدم في أغلب المؤسسات العمومية الإستشفائية والجوارية وكذلك في مديرية الصحة والسكان[1]

أوجه التشابه :

- قام الباحث بدراسة الإستراتيجية الإتصالية وهو كذلك موضوع دراستنا

[1] بن قيط الجودي ،استراتيجية الإتصال للإدارة الإستشفائية الجزائرية ،دراسة وصفية للإدارة الإستشفائية **بالأغواط** ،مذكرة ماجيستر ،**جامعة الجزائر** ،كلية علوم الإعلام والإتصال ،2011- 2012

- تطرق الباحث إلى أدوات الإتصال المستعملة في الإستراتيجية الإتصالية وهو ما قمنا به نحن كذلك

أوجه الإختلاف :

- درس الباحث مؤسسة صحية وهو ما يختلف عن دراستنا كوننا قمنا بدراسة مؤسسة أمنية
- قام الباحث بدراسة إدارة لمستشفى بصفة عامة أما دراستنا فدرست فقط مكتب الإتصال والعلاقات العامة

الدراسة الثالثة :

- استخدامات القائم بالإتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الإجتماعي والإشباعات المتحققة [1]

دراسة ميدانية في محافظة غزة

أطروحة لنيل شهادة ماجيستر في الصحافة 2015

- **إشكالية الدراسة**

ما مدى استخدامات القائم بالإتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الإجتماعي وما مدى استفادته من شبكات التواصل الإجماعي كمصدر للمعلومات وكأدات لإستطلاع اتجاهات والآراء والشبكات المتحققة في استخدامه لها؟

تساؤلات الدراسة :

1- ما مدى استخدام القائم بالإتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الإجماعي؟

2- ما أهم شبكات التواصل الإجتماعي التي يفضل القائم بالإتصال في الصحافة الفلسطينية استخدامها؟

[1] -بن قيط الجودي استراتيجية الإتصال للإدارة الإستشفائية الجزائرية دراسة وصفية للإدارة الإستشفائية بالأغواط مذكرة ماجيستر جامعة الجزائر كلية علوم الإعلام والإتصال 2011- 2012

3- ما أنماط استخدام القائم بالإتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الإجتماعي

4- ما دوافع استخدام القائم بالإتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الإجتماعي؟

5- ما أهم الانشطة التي يمارسها القائم بالإتصال في الصحافة الفلسطينية على شبكات التواصل الإجتماعي؟

أهم نتائج الدراسة؟

1- أن الغالبية العظمى من المبحوثيين يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي بنسبة 98.7%

2- جاءت شبكة فيس بوك في مقدمة شبكات التواصل الإجتماعي لأكثر استخداماً من المبحوثين بنسبة 87%

3- جاءت الموضوعات والمواد السياسية في مقدمة الموضوعات التي يفضل المبحوثون مشاركتها عبر شبكات التواصل الإجتماعي بنسبة 15.2%

4- أن 40.3% من المبحوثين استفادوا من استخدام شبكات التواصل الإجتماعي بدرجة متوسطة و37.7% استفادوا منها بدرجة عالية[1]

أوجه التشابه:

- قام الباحث بدراسة موضوع القائم بالإتصال وهو ما يشبه دراستنا.
- تطرق الباحث إلى أهم الأنشطة التي مارسها القائم بالإتصال وهذا ما قمنا به نحن كذلك

أوجه الإختلاف :

- اختلفت هذه الدراسة عن دراستنا في استخدام القائم بالإتصال لمواقع التواصل الاجتماعي أما نحن قمنا بدراسة الإستراتيجية الإتصالية المتبعة من طرف القائم بالإتصال

[1] **فلاح سلامة حسن الصغري**، استخدامات القائم بالإتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الإجتماعي لإشباعات المتحققة ،دراسة ميدانية في محافظة غزة ،أطروحة انيل شهادة ماجيستر في الصحافة 2015

- كان موضوعنا دراسة حالة لمؤسسة أمنية ودراسة الباحث كانت دراسة ميدانية للصحافة الفلسطينية

13. صعوبات الدراسة

واجهتنا في دراستنا مجموعة من الصعوبات أهمها ما يلي :

- ضيق الوقت بسبب العطلة غير المتوقعة حيث أن العمل تحت ضغوطات لوقت من أصعب الأمور.
- عدم قدرتنا في الحصول على معلومات كافية واللازمة حول الإستراتيجية الإتصالية
- كون حساسية عمل المؤسسة حال دون عملنا بأريحية.

تمهيد

يعتبر القائم بالاتصال أحد الأطراف الأساسية في العملية الاتصالية انطلاقا من أنه يؤدي دورا فعالا في انتاج الرسالة الاعلامية وقدرته على أداء دوره لا تنشأ من فراغ وإنما في محصلة لعوامل عديدة منها ما هو متعلق بقيمة الشخصية ومها ما هو متعلق بوضع الصحيفة أو الوسيلة الاعلامية إذ تعرقت القائم بالاتصال إلى العديد من الضغوط تجعل من مقولة استقلالية وحرية اداة، وهذه الضغوط يمكن أن تشكل قدرته على أن يصبح مهنياً بكل طاقته، وذلك لأن هناك الكثير من الضغوط التي تهدد إمكانية تكيفه م المهنية وقد تعرضت دراسات عديدة لرصد وتحليل العلاقة القائمين بالاتصال وبيئة العمل والكشف عن الصعوبات والمخاطر التي يواجهونها وتؤثر في الممارسة والدافعية للإنجاز.

المبحث الأول : مدخل إلى القائم بالاتصال

المطلب الأول : مفهوم القائم بالاتصال

تختلف المفاهيم التي وقعتها المدارس الاعلامية للقائم بالاتصال، فقد اتجهت بعض الدراسات إلى تعريفية من منظور القدرة على التأثير في المتلقي فعرف بأنه "يشمل من يمتلكون القدرة على التأثير بأي شكل في أفكار الأخرين وآرائهم، واتجهت دراسات أخرى إلى تعريفه من منظور الدور الذي يلعبه في العملية الاتصالية فعرفته على أنه الشخص الذي يتولى إدارة العملية الاتصالية ونسيرها، على ضوء ما يمتلك من قدرات وكفاءات في الاداء يتحدد مصير العملية الاتصالية بكاملها."

وأن القائم بالاتصال هو أي فرد أو فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد لآخر عبر وسيلة إعلامية ما، أوله علاقة بتسيير أو نشر الرسائل إلى الجمهور.

وتذهب المدرسة الفرنسية إلى تعريفه على أنه "الوسيط" على أساس أن الصحفي يقوم بأدوار متعددة فهو يبحث عن المعلومة ويختار مضمون الرسالة ثم يتوجه بها إلى الجمهور"

ومن خلال هذه التعريفات المختلفة يعرفه "عطا الله احمد شاكر" بأنه أي شخص داخل فريق عمل ينتمي لإحدى المؤسسات ويضطلع بمسؤولياته في صنع وانتاج الرسالة الاتصالية انطلاقا من وضع الفكرة أو السياسة العامة ومراحل الصياغة المختلفة لها، وانتهاءا بإخراجها وتقديمها للجمهور المستهدف[1]

ويعرفه "محمد منير حجاب" على أنه الشخص الذي يستهدف التأثير في الناس بأفكار ما، لديه خلفية واسعة عنها يؤمن بها ويصدر عنها سلوكه وتصرفاته ويستخدم لذلك كافة الإمكانيات والوسائل الإعلامية المتاحة.

[1]-عطا الله أحمد شاكر غدارة المؤسسات الاعلامية دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن ط1 2011 ص80

ومختلف الأساليب الإقناعية لتحقيق التأثير المطلوب، وفق منهج علمي وفني مدروس ومخطط.

والقائم بالاتصال هو مصدر الرسالة الاتصالية أو الإعلامية، قد يكون شخص يتحدث إليك مباشرة، وقد يكون متحدث في الاذاعة أو كاتباً في صحيفة وقد يكون فرداً أو مؤسسة يستخدم وسائل الإتصال الجماهيري التي تتميز بقوة الإرسال وإيصال الرسالة إلى أكبر عدد من الجماهير.

تعمل رسالة القائم بالاتصال حسب ""منير حجاب عدة أهداف قد تكون تعليمية أو تثقيفية، وأحياناً عدة يكون غرضه التأثير في الاتجاهات نحو موضوع معين أو قد يكون غرضه الترفيه أو الإعلان أو كسب الثقة والتأييد للمؤسسة إذ لا بد من وجود هدف من وراء عملية الإتصال.[1]

يعد القائم بالإتصال أحد المفاهيم الخاصة بالعلاقات التنظيمية داخل لمؤسسات الإعلامية، ويمتد هذا المفهوم ليشير إلى كل من يعمل في صياغة لرسالة بإختلاف الأدوار والمواقع بعد أن أصبح إنتاج الرسالة يتعدى حدود الفرد أو الجماعات إلى الإعتماد على تنظيم معلق من الادوار والمواقع التي تساهم في هذا العمل.[2]

وتعتبر دراسة "يووروستن" أول دراسة تتناول بالشرح قطاعاً من القائمين بالإتصال التي ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية.

تحت عنوان "مراسلي واشنطن" عام 1937 وقدمت حالة لنموذج مهني متقدم يسود فيه القواعد والنظم الخاصة بمعايير الإنجاز التي طورتها ودعمتها الجهود الأمريكية لإرتفاع مستوى الأداء.

نظرا لتطور الدراسات حول القائم بالاتصال فقد أصبح التخصص تقسيم العمل الداخلي أحد الخصائص الأساسية في تنظيم المؤسسة إعلامية التي تحتاج إلى أعداد كبيرة من الأفراد الذي يطلق

[1]-محمد منير حجاب نظريات الاتصال دار الفجر للنشر والتوزيع ط1 2010 ص168

[2]-منال هلال المزاهرة نظريات الاتصال دار المسيرة ط1 2012 ص239

على كل منهم القائم بالاتصال وأصبح القائم بالإتصال ينتم مباشرة في شبكة أكبر من العلاقات الداخلية من خلال التنظيم الذي يحدد الواجبات والمسؤوليات والأدوار والمواقع الذي ترسمه المؤسسات في تحديد أهدفها وسياستها وعلاقتها مع المؤسسات الأخرى[1]

المطلب الثاني : خصائص وصفات القائم بالإتصال :

إن للقائم بالإتصال صفات وخصائص يجب أن يتوفر فيه من أجل أداء مهامه على أكمل وجه فكلما زاد تمتع القائم بالإتصال بهذه الميزات الإيجابية والصفات الفردية كلما كانت قدرته على توصيل رسالته كبيرة كلما زاد تأثيره في جمهوره المستهدف بنجاح.

1. خصائص القائم بالاتصال

1.1 خصائص ذات علاقة بعملية الإقناع :

أ- المصداقية

حيث يعتمد قياس المصداقية لدى القائم بالاتصال على عنصرين أساسين هما الخبرة وزيادة الثقة في القائم بالاتصال.

يفسر مفهوم الخبرة بمدركات المتلقي عن القائم بالاتصال لإجابة الصحيحة عن القضية وموقفه منها، وهذه تعتمد على التدريب والذكاء والتجربة والشخص الخبير هو الذي يملك المعلومات الصادقة والحقيقية عن الموضوع وعنصر الثقة يعني أن القائم بالاتصال يشارك في الاتصال بكل موضوعية دون تخير وبالتالي فإن التوصيات التي تقوم على هذه المعلومات تكون صادقة ويمكن الوثوق لها [2]

[1]-منال هلال المزاهرة ، المرجع سبق ذكره ، ص241

[2]-منال هلال المزاهرة ، مرجع نفسه ، ص246

ب- الجاذبية :

إن خاصية الجاذبية صعبة القياس موضوعياً فد ركز الكثير من الباحثين على محددات خاصة لهذا المفهوم تتمثل في التشابه والتماثل والمودة والحب بناءا على ال... التماثل بأن القائم بالاتصال ذو جاذبية سيكون أمكثر تأثيراً عن الشخص المحايد أو الذي ليس له جابية في الاقناع.

1- الأشخاص ينجذبون إلى الذين يشبهونهم أو يتأثروا بهم أكثر مما نتأثر بالأشخاص الذين يختلفون عنا، فالمتلقي يتأثر ويميل إلى القائم بالإتصال الذي يشاركه خصائصه العامة مثل العمر، التعليم، المهنة، الدين، العرق، حيث يرى المتلقي أنه يمكن التوجه معه لأنه يكون له نفس الحاجات والأهداف.

2- تزيد المودة من التفاعل بين الأشخاص وهذا ما يدفع إلى الانجذاب والتأثر.

3- التشابه والمودة يقودان إلى الحب، والحب يشير إلى التشابه مع القائم بالاتصال، وتشير النتائج العامة لبحوث الجاذبية إلى أن هذه العناصر الثلاث ذات علاقة ايجابية بتغير الآراء، مع وجود شك محدود في أن الجاذبية أحد المراحل الخاصة بالإقناع.

وتشير دراسة "Eiglie Wechaiken" إلى أن القائم بالاتصال الأكثر جاذبية هو الأكثر اقناع، والأكثر جاذبية يكون أكثر تأثيراُ عندما يدافع عن مواقف غير متوقعة فهو يعزز التأثير الإقناعي بالدفاع عن المواقف غير المرغوبة.[1]

ج- قوة المصدر :

قد لا يملك البعض المصداقية أو الجاذبية لكن يصل لهم التأثير في تغيير اتجاهات الأفراد، هؤلاء يكون لهم القوة التي يمكن إدراكها من خلال السيطرة على الفرد وضبطه للأمور وكذلك أهميته

[1] **مي العبد الله** ، نظريات الاتصال ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ط1 2012 ص 134- 135-

بالإضافة إلى قدرته على التمحيص والتدقيق يظهر في قدرة القائم بالاتصال على تقديم الثواب والعقاب، والتأثير قد يظهر في دافعية المتلقي للحصول على الثواب أو تجنب العقاب الذي يمكن أن يفرضه المصدر.

والوعد بالثواب أكثر تأثيراً بالإقناع عن التهديد بالعقاب.[1]

ويرى كل من الدكتور "مصطفى عليان و محمود الطوباسي" أن أهم ما يميز القائم بالإتصال الخصائص التالية :

- توفره على الأخلاقيات التي تسمح له بممارسة العلاقات العامة على أسس سلمية على غرار الصدق الأمانة والسمعة الجيدة وغيرها من القيم الحسنة اللازمة لممارسة مهنة العلاقات العامة وتكون مستمدة من التاريخ الإجتماعي للفرد والذي هو محصلة المستوى الثقافي والتعليمي ونشاطاته الفكرية والعقائدية وكذلك نماذج سلوكه التي يمكن من خلالها معرفة المستوى الأخلاقي للقائم بالاتصال.
- النضج العقلي والاتزان العاطفي والقدرة على رؤية وقراءة الأمور من وجهة نظر الجهور والتعبير عن وجهة نظره بوضوح والقدرة على فهم الآخرين والتأثير بهم، والهدوء والدبلوماسية في التعامل وتكوين صداقات بسهولة والاهتمام بمشاكل الآخرين والرغبة الجادة في مساعدتهم

المظهر الحسن ولبشاشة وخفة الظل فهذا يساعد على كسب ثقة الجمهور واهتماماتهم وتقديرهم للقائم بالاتصال وبالمحتوى المقدم من قبله.

[1]-محمد عبد الحميد ، نظريات واتجاهات التأثير عالم الكتب ، ط 03 ص 161 سنة 2004

- الموضوعية في كل من القول والفعل وفي الحكم على الأمور مسندا في ذلك على حقائق علمية والبعد عن التحيز لتحقيق منفعة أو غرض شخصي والابتعاد عن التأثير اللفظي والاعتماد على معلومات حقيقية مؤكدة.
- المرونة والقدرة على التصرف والتأقلم مع طبيعة المواقف المتغيرة ويتطلب ذلك الفطنة في القائم بالاتصال والتقدير الجيد للأمور
- القدرة على الاتصال و... بأساليب وفنون الاتصال أي يكون القائم بالاتصال ذو قدرة على الشرح والتحليل بإستخدام أساليب الاتصال التي تدعو إلى دقة الجماهير وعلى القائم بالاتصال أن يستخدم الوسائل المناسبة ويتجنب أي أدوات تفقد الرسالة قيمتها
- توفر مهارة التحدث والتخاطب وقوة الاقناع أيضا القدرة على الاستماع فهي جزء هام وجوهري يعتمد على الاتصال الجيد.
- .... بالوصول والأسس العلمية للعلاقات العامة من قبل القائم بالتصال وكذلك طرق التحليل والقياس الرأي العام وأراء الجماعات التي تتعامل معها المنظمة
- توفير مهارة الكتابة وتعني تجسيد الأفكار بوضوح وإيجاز انطباع جيد لدى الجمهور بالإضافة إلى مهارات التحرير.
- توفر القدرة القدرة البحثين اللازمة لإجراء البحوث والدراسات وفي منهج البحوث العلمي بما يكفل دعم ومساندة أراء وتوصياته.
- الصدق والأمانة في عرض المعلومات فعملة المزيج بين السلوك السليم والاعلام الصادق فمن الأهمية البالغة أن تتوفر الدقة والحكم الصادق في رسالته.

- يكون القائم بالاتصال جامع المعلومات عامة وعريضة عن المنظمة التي ينتمي إليها أي أنه يكون على الاطلاع وعلم بما يحدث داخل المؤسسة
- يختص القائم بالاتصال بالإتمام ببعض المفاهيم الخاصة بمجال عمله مما يساعده على استيعاب النظم والسياسات الادارية وفهم وأفكار الإدارة[1].

2-صفات القائم بالإتصال

إن للقائم بالاتصال عديد الصفات ينبغي توفرها فيه لأداء مهامه على أكمل وجه وحسب "علي عجوة" فإن صفتي الشخصية المحبوبة والمقدرة على الاتصال بالجماهير هما صفتان مهمتان لدى القائم بالإتصال

أولا : الصفات الشخصية

الجاذبية واللباقة وحسن المظهر والإحساس المرهن وحب الإستطلاع والكياسة والخيال الخصب والنشاط الدائم والتحمل والصبر هذه الصفات تؤدي إلى التقبل من قبل الجماهير للقائم بالإتصال وبالتالي وجود انطباع ايجاب المؤسسة التي يمثلها القائم بالإتصال.

ثانيا : القدرات الاتصالية

ويمكن لهذه الصفات اكتسابها من خلال الخبرة والممارسة وتشمل

- **اللغة :**

يجب أن يتجلى القائم بالاتصال بلغة قوية ورهينة تمكنه من القدرة على استعمال عبارات وألفا دقيقة تعبر عن أفكاره.

---

[1]-ربحي مصطفى عليان عدنان محمود الطوباسي الاتصال والعلاقات العامة دار الضفاء للنشر عمان 2005 ص323...326

الكتابة والتحرير :

يقصد بها الكتابة الواضحة المقروءة الخالية منى المصطلحات المعقدة ويتضمن التحرير إعداد المطبوعات النشرات والمطويات ويتطلب ذلك الاتمام بواعد اللغة ومهارات صحفية واعلامية

- **الإستماع :**

تتطلب اليقظة التامة لما يقال والفهم وحسن الاستماع للجمهور وهو يعبرون عن أرائهم يعطي القائم بالاتصال فرصة فهم جوانب الحديث والرد على الاستفسارات.

- **بناء العلاقات :**

وذلك ببناء علاقات ايجابية سليمة مع العملاء ومع أفراد الجمهور والمؤسسات فبدون علاقات سليمة لن يستطيع القائم بالاتصال النجاح في مهامه وعمله ويتطلب ذلك التمتع بشخصية محببة ومقبولة[1] الصفات الخاصة بعلم ومعرفة القائم بالإتصال

ويتطلب القيام بأداء وظيفة القائم بالإتصال أشخاص ذو قدرة من العلم والمعرفة والتأهيل ويتطلب إنجاز مهام هذه المهنة مؤسسات علمية متقدمة ووفي رؤية معينة ومن الصفات العلمية الواجب توفرها

- الحصول على درجة جامعية في العلاقات العامة

أن يكون تلف دورات تكوينية في الأداء الصحفي وإدارة عمال والعلوم الإجتماعية الأخرى

- مجال علم النفس والإجتماع من أجل معرفة سلوك الجمهور

- علم السياسة والإتصال

[1]-ربحي مصطفى عليان، عدنان **محمود الطوبلي مرجع سبق ذكره** 332 333

– علم الإحصاء خاصة فيما يتعلق بإدخال البيانات المجمعة عن أراء الجمهور وتحليلها إحصائياً واستخلاص النتائج[1]

وحسب "سليمان عصام الموسى" فإن صفات القائم بالإتصال تكمن فيما يلي

1- أن يكون سريع الملاحظة سريع التعلم ويتمتع بذاكرة قوية

2- يكون قادراً على فهم الآخرين والتفاهم معهم

3- أن يكون جريئاً ذو شخصين متكاملة وأن يكون خلاقاً

4- أن يكون قادراً على توليد الأفكار الجديدة (التجديد)

5- أن يكون قادراً على التفكير والتصرف بسرعة في الحالات الطارئة واتخاذ القرار

6- أن يكون فادراً على تحديد أولويات وإعادة ترتيبها حسب ما تقتضي الحاجة وأن يكون رحب الصدر يتقبل النقد بسهولة[2]

وكذلك هنا لك صفات أخرى على غرار.

1- أن يكون القائم بالإتصال إجتماعياً محباً للناس قادراً على معاملة الجميع من كافة المستويات

2- أن يكون متواضعاً بسيطاً فينجذب له الناس

3- أن يكون مؤمنا بأن له دوراً بارزاً في المجتمع وشؤونه

4- أن يكون لديه قدرا كبيراً من الثقافة تؤهله للتحدث في جميع الموضوعات

5- أن يكون صادقاً دائماً ولا يخفي الحقائق عن الجمهور

2- عبد الله آدم حمد محمد ، القائم بالاتصال في العلاقات العامة ومعايير الأداء المهني ، بحث لنيل شهادة دكتوراه في الإعلام جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا 2011 2015 ص 76-77

-عصام سليمان الموسى ، المدخل في الاتصال الجماهيري ، مؤسسة الوطن للاعلام و النشر و التوزيع – الاردن 1994[2] ص 261 .

6- أن يكون غيور على المصلحة العامة ومصلحة الجمهور الذي يفترض أن يقوم بالدفاع عن مصلحته

7- العدالة في الحكم على الأشياء والنزاهة في التفكير بالإضافة إلى الإلتزام بمبادئ معينة لا ينبغي أن يجيد عنها[1]

8- الذكاء العام والذكاء الخاص في حسن التصرف مع الناس وفي فهم المشكلات فهما موضوعيا وايجاد حلول حاسمة لها

9- تحمل المسؤولية والقدرة على القيادة

10- الخلق القويم فموظف العلاقات العامة والقائم بالإتصال لا يلمس الحق بالباطل[2]

المطلب الثالث : الشروط الواجب توفرها في القائم بالإتصال

حددها الباحث "David Berlo دافيد بيرلو" في النقاط التالية : [3]

1- توفر مهارات الإتصال وهي نفس مهارات "الكتابة، التحدث، القراءة، الإتصال والقدرة على التفكير السليم لتحديد اهداف الإتصال"

2- اتجاهات القائم بالإتصال نحو نفسه ونحو الموضوع ونحو المتلقي وكلما كانت هذه الإتجاهات إيجابية زادت فعالية القائم بالإتصال

3- مستوى معرفة المصدر وتخصصه بالموضوع الذي يعالجه يؤثر في زيادة فعاليته

4- مركز القائم بالإتصال في إطار النظام الإجتماعي والثقافي وطبيعة الادوار التي يؤديها والوضع الذي يراه الناس فيه يؤثر على فعالية الاتصال

5- معرفة السياسة الاعلامية لمؤسسة ويتم ذلك حسب "واين بريد" بعدة طرق منها :

---

[1]-محمد منير حجاب نظريات الاتصال دار الفجر ط 2010 ص 170-131

[2]-العلاقات العامة والاتصال الانساني صالح خليل أبو اصبح دار الشروق ط1 1998 ص127

[3]-عطا الله أحمد شاكر مرجع سبق ذكره ص 82

11- القراءة المستمرة لجريدة المؤسسة

12- المشاركة في الدورات والمحاضرات التي تقيمها المؤسسة

13- الإحتكاك بذوي الخبرة داخل المؤسسة

14- عن طريق توجيهات رئيس التحرير

كما حدد "أكس تان" العوامل التي تجعل القائم بالاتصال مؤثراً في إقناع الجمهور وهي ثلاث عوامل

15- المصداقية

16- الجاذبية

17- السلفة (النفوذ)

المطلب الرابع : العوامل المؤثرة على القائم بالإتصال

أ- العوامل المرتبطة بالمجتمع [1]:

إن من القوة المؤثرة على القائمين بالإتصال النظام الإجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام، وأي نظام الجماعي يعمل مبادئ وقيم يسعى لنشرها وإقرارها، ويعمل على إحداث القابلية لها ن قبل المواطنين.

حيث يرى "وارين بريد" أنه في بعض الأحيان قد لا يقوم القائم بلا إتصال بتغطية كاملة وشاملة للأحدث، ليس اغفالا من وتقصيرا أو أنها نقطة ضعف لدى القائم بالاتصال، لكنه يتغاضى عن بعض السلوكيات وتقديمه بعض الأخبار والاحداث لشعوره بالمسؤولية الاجتماعية.

وللحفاظ على مبادئ المجتمع وقيمه وحماية الأنماط والثقافية السائدة في المجتمع.

[1] عطاالله أحمدشاكر ، مرجعسبق ذكره ، ص 33

ب- العوامل الذاتية :

للقائم بالاتصال خصائص وسمات شخصية تؤثر على عمله، والمواد التي يقدمها، وتتمثل في : "الجنس، العمر، الدخل، الطبقة الاجتماعية، التعليم" والانتماءات الفكرية والعقائدية"

حيث يعد الانتماء عنصراً محدداً شخصيا مهما لأنه يؤثر في طريقة تفكير القائم بالاتصال فرد من الجماعات التعليمية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي تعد بمثابة مرجعية له يشارك القائم بالاتصال أعضائها في الميول والاتجاهات

كذلك الخبرات المختزنة للقائم بالاتصال تؤثر في أفكاره ومعتقداته التي يسر عليها .

ج- العوامل المهنية :

إن للضغوطات المهنية أثر كبير على عمل القائم بالاتصال والتي تؤدي إلى توافقه مع السياسة العامة للمؤسسة التي يعمل في إطارها وتتضمن المعايب المهنية ما يلي :

1-سياسة المؤسسة الإعلامية

الخط المنتهج من قبل المؤسسة قد يمثل ضغطاً على القائم بالإتصال ويحتم عليه انتهاج فكر مهني وهو فكر ونهج المؤسسة.

وتتمثل هذه الضغوط في عوامل خارجية وداخلية، حيث أن العوامل الخارجية تعني موقع المؤسسة من النظام الإجتماعي، ومدى إرتباطها المنظم بمصالح معينة.

أما العوامل الداخلية فتشمل نام الملحية وأساليب السيطرة والنم الإدارية وضغوط الإدارية وضغوط الإنتاج حيث تلعب هذه العوامل دوراً كبيراً ومهماً في شكل المضمون المقدم للجمهور وتنتمي للقائم بالاتصال إلى أن يصبح جزءاً من الكيان العام للمؤسسة.

2-مصادر الخبر :

أثبتت دراسات عدة قوة تأثير المصادر الصحفية على القائم بالإتصال ومحاولته الإستقلال عنها هي عملية شائعة للغاية حيث أنه لا يمكن الإستغناء عن مصادر الخبر.

3-علاقات العمل وضغوطه

لعلاقات العمل وضغوطه تأثير على القائم بالإتصال حيث يرتبط مع زملائه في علاقات تفاعل تخلق بعداً اجتماعياً حيث يتوحدون مع بعضهم داخل المجموعة ويتعاملون مع العالم الخارجي من خلال احساسهم الذاتي داخل الجماعة، لكن هناك دائماً معايب ذاتية خاصة بالقائم بالإتصال يحتفظ بها لنفسه.

4- معايير الجمهور

للجمهور تأثير على القائم بالاتصال فالرسالة التي لا يقدمها للجمهور تحدد مال حدما، توقعاته من ردة فعل الجمهور فالجمهور يلعب دوراً ايجابي في عملية الاتصال لذلك يجب معرفة الجمهور ودراسته دراسة علمية دقيقة[1]

المطلب الخامس : دور ومسؤوليات القائم بالاتصال في المؤسسة

1-1 دور القائم بالاتصال في المؤسسة

يقوم القائم بالاتصال بعدة أدوار منوطة به لتحقيق أهدافه وخدمة برامجه واستراتيجياته نذكر منها ما يأتي :

/ تعريف الجمهور بالمنشأة وشرد خدماتها المقدمة وذلك بلغة بسيطة وسهلة بغية اهتمام الجمهور بها أو عند حدوث أي تعديل أو تغيير في سياستها من أجل القبول والتعاون معها.

[1]-عطا الله احمدشاكر مرجعسابق ذكره ص 83-86

- مساعدة الجمهور على تكوين رأيه وذلك بتزويده بكافة المعلومات سيكون رأيه مبنياً على أساس من الواقع وأساس من الحقائق.
- متابعة الأخبار التي تنشر على الجمهور حول المؤسسة والتأكد من صحة ذلك شكلاً ومضموناً.
- حماية المنشأة من أي هجوم قد يقع عليها نتيجة نشر أخبار كاذبة أو غير صحيحة عنها.
- إخبار الادارة العليا للمؤسسة برد فعل الجمهور من سياستها
- تشجيع الاتصال بين المستويات الادارية والمستويات الدنيا في المؤسسة
- التنسيق بي الادارات المختلفة في المنشأة لتحقيق الانسجام بين بعضها وبين الجمهور الداخلي والخارجي
- بحث وتحليل و تلخيص جمع المسائل التي تهتم بالإدارة العليا ورفعها اليها[1]

كذلك اعداد الميزانية فعلى القائم بالاتصال أن يضع ميزانية تفعيله بين التكاليف اللازمة لتنفيذ مهانه بدقة

18- اختيار الوسيلة الاعلامية المناسبة فلكل حدى وموضوع وسيلة مناسبة تساهم في ايمال الرسالة بوضوح مع احداث الاثر الرغوب

19- اجراء الابحاث والدراسات التي تساعد القائمة بالاتصال في تحديد الخط النهائي الذي سيسلكه في مواجهة المشكلة

على القائم بالاتصال كذلك تحديد الهدف من رسالته وذلك بعد دراسته للمشكلة، دراسة مستفيضة من جميع الجوانب يحدد الهدف من مستواه الذي يبثه أو يرسله أو ينشره.

[1]-ربحي مصطفى عليان ، عدنان محمود الطوباسي ، مرجع سبق ذكره ، 335 ، 336

20- التقييم على القائم بالاتصال أن يقوم بالتدقيق ومتابعة خطوات عملته أو رسالة بصبر وتأني وبصرة مستفدة والتأكد من كل شيء أته يسير حسب خطته المدروسة مسبق وعليه أن يقوم باطلاع الادارة على كل مستجدات الجدث بايجابيتها وسلبياتها

21- وستضمن هذه الخطوات وتنفيذها بشكل جيد للقائم باتصال تنظيم عمله وأداء دوره بشكل فعال ومجد[1]

2.1 مسؤوليات القائم بالاتصال[2]

للقائم بالاتصال مسؤوليات معروضة عليه يتحملها يؤدي واجبه على أكمل وجه وتكون رسالته التأثير المرجو منه وتتنقل هذه المسؤوليات فيما يلي :

1- التأكد من صدق المعلومة المقدمة للجمهور

2- العمل من أجل المصلحة العامة والابتعاد عن تفضيل المصلحة الشخصية

3- الحفاظ على نزاهة وكرامة المهنة

4- احترام الحياة الخاصة للمواطنين

5- احترام سر المهنة واخلاقياتها.

6- الدفا عن حقوق الانسان

7- المشاركة في الاصلاح الاجتماعي

8- تبني اتجاهات الجمهور

9- الالتزام بالموضوعية والصدق

[1]-عصام سليمان الموسى ، مرجع سبق ذكره ، ص 260

[2]-عطا الله احمد شاكر مرجع سبق ذكره ص82

المطلب السادس: أهداف القائم بالاتصال

إن للقائم بالاتصال عدة أهداف تتدرج في إطار ثلاث وظائف يعمل على تحقيقها والوصول بالمؤسسة لتابع لها للقمة.[1]

1- الوظيفة الإعلامية :

وتسير هذه الوظيفة في خطوط ثلاث هي تقديم المعلومات إلى الأفراد المهور الاتصال، ومن ثم محاولة إقناعهم بجدوى وأهمية هذه المعلومات ثم التمهيد لتحقيق التأثير المرغوب فيه.

2-الوظيفة الحضارية

حيث يمكن تصور أنماط ثلاثة لهذه الوظيفة، أولها على المستوى القومي من خلال تأييد الشعور بالولاء وتهدف إلى خلق ثقافة قومية وبلورة الطابع القومي وثانيها على المستوى الإقليمي في تأكيد الشعور بالإنتماء إلى قومية معينة، وثالثها على المستوى العالمي بهدف تحقيق نوع من الإتصال الحضاري مع الدول الأخرى.

3-الوظيفة السياسية :

وتتمثل في دعم برامج الدولة وسياستها الخارجية وتقديم النصح والمشورة للقادة وصناع ومتخذي القرار والتأثير على الرأي العام بقصد خلق قوى ضاغطة محلية موالية لمحاولة اتخاذ قرار معين من قبل صانع القرار في الدولة الأخرى.

[1]كامل خور رشيد مراد الاتصال الجماهيري والاعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع الطبعة 1 2011م ص220

المبحث الثاني : مدخل الى الإستراتيجية الاتصالية

تمهيد

يبنى الإتصال الناجح سواء بالطرق المباشرة أو غير المباشرة ، بالوسائل المكتوبة أو المسموعة أساساً على استراتيجية اتصال دقيقة ، وذلك لفهم مختلف جوانب المؤسسة سواء كان المستهدفين أفراد أو جماعات أو الجمهور بصفة عامة، مما يحتم على المؤسسة تنمية معارفها والسعي لإكتساب مهارات جديدة باستمرار ، مما يزيد على ذلك أننا أصبحنا في وسط يتسم بالتغير الدائم، لذلك كان لزاماً على المؤسسات الأمنية الإعتماد على استراتيجية الإتصال من أجل مسايرة أبرز محركات العمل، فالإستراتيجية الإتصالية هي التي تحدد الأهداف العامة للمؤسسة من جهة وتحسين علاقتها مع جمهورها من جهة أخرى، ومن خلال هذا سنتناول في هذا المبحث بشكل عام الإستراتيجية الإتصالية.

1-المطلب الأول : مفهوم الإستراتيجية الاتصالية

ويقصد بها : مجموعة الخطط والوسائل، الموجهة التي تستخدمها المؤسسة بغرض ثمينة علاقاتها العامة، وكذلك إعلام "وقوية صورتها وتحقيقها[1]

– وتعرف الاستراتيجية الاتصالية أيضا على أنها : خطة عمل واضحة يتبين فيها تحديد المسؤوليات، والأولويات والميزانية والأطراف والإجراءات، لخلق وتوزيع المعلومات فيما يخص علاقة المنظمة[2]

– وهي كذلك صياغة الأفكار الاتصالية، التي سوف نطرحها في الجملة لتحقيق أو إنجاز هدف إجرائي محدد، وهي الخطوط الأساسية التي تربط كل الإجراءات والممارسات التي سوف نقوم بها أثناء تنفيذ الحملة.

– ويقوم المسؤول عن الاتصال بتصميم وبناء الاستراتيجيات الاتصالية بناءا على البيانات الخاصة بتحليل الموقف، والذي سبق شرحه، ونتائج البحوث التي أجريت، والتي تستخدم في بناء الاستراتيجية، كذلك مبادئ الإتصال والعلاقات العامة، ويتضمن ذلك كم المعرفة الخاصة بوظيفة العلاقات العامة، ومعاييرها التي يعتمد عليها في بناء الاستراتيجية الاتصالية (نظريات الاتصال والاقناع) حيث يعتمد عليها في بناء التصورات حول الاستراتيجة المناسبة[3]

-موسى خليل ،**الإدارة المعاصرة المبادئ - الوظائف – الممارسة ، مجد المؤسسة الجامعة ل**
[1]دراسات والنشر والتوزيع ط12005 ص134

[2]**عوض أحمد محمد** ، الإدارة الاستراتيجية و**الأسس** العملية ، الدار الجامعية للنشر 2000ص18-

- **رلبم محمد جمل** ،خيرت معوض، **إدارة العلاقات العامة المدخل الإ**ستراتيجي، الدار المصرية اللبنانية ط1 2005 [3]ص208

المطلب الثاني : مراحل صياغة الإستراتيجية الاتصالية

خطة الإتصال في المؤسسة تمر على أكثر من مرحلة لإعدادها مثل باقي الخطط الإستراتيجية فهناك أربعة مراحل إعداد وأخرة للتنفيذ نذكر منها كما يلي : [1]

1- تحديد أهداف الإتصال

2- دراسة المحيط الإجماعي والثقافي

3- تعميم الأهداف وتكييف الوسائل

4- اختيار وسائل وروابط الإتصال

5- التنفيذ

وفيما يلي شرح كل مرحلة من المراحل

1- تحديد الأهداف وهي تتميز بخطتين :

أ- **تحديد الأهداف العامة:** وهذا العنصر يعود للمدير وحده بإعتباره الشخص المقرر، والأهداف تعبر عن نظرة استراتيجية للمسيرين كما يتضمن هذا العنصر محاولة التعرف والتأكد من القبول الجماعي للأهداف الخاصة بالإستراتيجية الإتصالية.

ب-**تحديد الأهداف الخاصة** : تستجوب هذه المرحلة إشراك الجميه في هيئة الإدارة وتتضمن هذه المرحلة

1- تسلل النشاطات في المؤسسة

2- مصداقية المنهجية انطلاقا من مشاركة كل ميسر

3- تلاحم الجميع حول الأهداف التي تتمتع بتجنب الغموض

[1] - بن قيط الجودي، استراتيجية الإتصال للإدارة الاستشفائية الجزائرية، دراسة وصفية للإدارة الاستشفائية بالأغواط ،رسالة ماجستر في علوم الاعلام والاتصال ،كلية العلوم السياسية والإعلام، معهد الإعلام والاتصال 2011 – 2012 ص59

2- دراسة المحيط الإجماعي والثقافي للمؤسسة :

في هذه المرحلة تقوم المؤسسة ب :

أ- البحث عن هوية المؤسسة وصورتها :

الهوية القوية للمؤسسة تمنح بتحقيق الإنسجام، وهكذا فكل عمل اتصال يرتبط بهوية المؤسسة يدعم هذا الإنسجام.

فالمؤسسة مثل الشخص الحقيقي، لها هوية تحدد من خلال العديد من العوامل منها : هياكلها، أنظمتها، تاريخها، المجموعة الثقافية التي تكونها...الخ.

ب- تأكيد أهداف الإتصال المحدد من الإدارة وتكييفها : تحدد الاهداف انطلاقا من تصورها لواقع المؤسسة وما ترجوه منها

ج- تعيين خطوط حركة المعلومات في المؤسسة

الدراسة الثقافية والإجتماعية تسمح بتحديد خريطة لقنوات الإتصال، سواء الرسمية وهي الضرورية للقيام بالإتصال والواجب معرفتها بالمؤسسة

3- تعيين المستقبلين وتكييف الرسائل :

بعد تحديد أهداف الإتصال النهائية يجب ترجمتها إلى رسائل اتصال وتعيين المستقبلين

4-اختيار وسائل وروابط الإتصال

إنه كلما كانت وسائل الإتصال أقرب إلى العلاقات الشخصية كلما كان الإتصال أكثر فعالية.

وكلما كان أكبر عدد من الوسطاء بين المرسل والمستقبل كلما كانت امكانية تحريف المعلومة.

5-تنفيذ استراتيجية الإتصال:

تنفيذ استراتيجية الإتصال التي تعد في فترة زمنية من سنتين إلى 5 سنوات وفيها تحدد العناصر المختلفة اللازمة لتطبيق الإستراتيجية ومتابعتها ابتداءا من الأهداف، الخلايا الإتصالية والمستهدفين إلى التكاليف المتعلقة بها.

وتعرف كذلك الإستراتيجية الإتصالية على أنها مجموعة متناسقة من وسائل العمل في الأسواق التي تسمح للمنظمة أو المؤسسة بالإتصال بمحيطها والتأثير على الجماهير وهي الإخبار بين مختلف الطرق الممنوحة لأخصائي التسويق من أجل التعريف بالمنتوج أو الخدمة وتتمثل هذه الطرق عموماً في الإتصال المباشر بمعنى وجها لوجه بين البضائع والزبون المحتمل.

وبالتالي يمكن تعريف الإستراتيجية الإتصالية على أنها مجموعة من القرارات الامة حول الأهداف الإتصالية التي يجب الوصول إليها والوسائل المطبقة من أجل تحقيقها وهي تحتوي على أشكال الإتصال في المؤسسة.[1]

[1]- بن قيط الجودي ،استراتيجية الإتصال للإدارة الإستشفائية الجزائرية،ص 58

المطلب الثالث :أنواع الاستراتيجية الاتصالية

لقد قام "رولر" بوضع نموذج قائم على فرضية أساسية مفادها [1]:

أنه يصعب إستخدام استراتيجية واحدة للإتصال وأنه لا يوجد استراتيجية مثلى، بل يمكن استخدام الإستراتيجية الاتصالية الأنسب لكل موقف اتصالي، ولا يوجد لكل استراتيجية البناء النظري الخاص بها، والذي يوضح الشروط التي يمكن على أساسها تطبيق كل استراتيجية وهي أربع نذكر على النحو التالي :

أ- إستراتيجية الإعلام :

يكون الإتصال وفقاً لهذه الإستراتيجية في اتجاه واحد وفي الوقت نفسه يعبر المضمون الإتصالي عن رؤى المنظمة ويحمل معاني ودلالات ذات معنى واحد، ويتم في هذه الاستراتيجية تقديم المعلومات الى الجماهير الأساسية لمساعدتهم في تكوين الرأي مثل البيانات الصحفية، مطبوعات المنظمة.. الخ تتطلب هذه الاستراتيجية وضوح سياسة وأهداف المنظمة ومزيج من الرسائل الاتصالية التي تعبر عن تلك الأهداف وتتطلب جمهوراً مدركاً يبحث عن المعلومات.

ب- إستراتيجية الإقناع :

تجمع هذه الاستراتيجية بين الاتصال في اتجاه واحد والمضمون الاتصالي الذي يعبر عن رؤى كل من المنظمة والجمهور، ويحمل دلالات تعكس وجهة نظر الطرفين

وتستخدم هذه الاستراتيجية في اتصالات المنظمة عندما تسعى إلى خلق قاعدة للعلاقات الاستراتيجية مع الجماهير الأساسية وتسعى المنظمة إلى التغير المقصود في معارف وسلوكات جمهور معين.

[1] راسم محمد الجمال ، خيرت معوض ، مرجع سبق ذكره ، ص 219- 221

وتتطلب هذه الاستراتيجية الاتصالية أهدافاً واضحة ومحددة ومزيجاً من الرسائل الإقناعية وعادة ما توجد إلى الجمهور غير النشط أو ما يسمى بالجمهور الضمني

ج- استراتيجية بناء الإجماع :

تستخدم هذه الإستراتيجية لبناء علاقات استراتيجية بين المنظمة وبيئتها الخارجية، أو بين المنظمة وجمهورها الداخلي (العاملين) وعادة ما تطبق عندما يكون هناك تعارض في المصالح بين أطراف يعتمد كل طرف منها في وجوده على الطرف الآخر.

مثال : تعتمد المنظمات في وجودها على الجماهير الأساسية الموجودة في بيئتها الخارجية، وعادة ما يكون هناك تعارض بين مصالح المنظمة من جهة ومصالح الجماهير من جهة أخرى، وهذا يتطلب من المنظمة تحقيق أرضية مشتركة مع الجماهير تحقق مصالح الطرفية، وعادة ما توجه هذه الإستراتيجية إلى الجمهور المنشط وينتج عنها تطوير لسياسات المنظمة.

د- إستراتيجية الحوار :

يحمل دلالات تعكس وجهة نظر كل من المنظمة وجماهيرها وتتضمن هذه الإستراتيجية إستشارة الجمهور في سياسات المنظمة، وأخذ رأيه في القضايا المختلفة بعين الإعتبار.

ويبين إشراك الجمهور في عملية وضع القرار لذلك تسمى إستراتيجية التسيير أيضاً، حيث تعمل المنظمة على تسهيل إشتراك الجمهور وتفاعله في بناء سياستها، وتحرص أيضاً على تنفيذ برامج المسؤولية الإجتماعية.

ويتبين استخدام استراتيجية الحوار في المناقشات المتعلقة بجانب ممارسة العلاقات العامة وكذلك في المناقشات الفكرية المتعمقة حول المشكلات والأزمات المتوقع حدوثها وكيفية الإستجابة لها.

وتتطلب رسائل اتصالية من أطراف حوار وعادة ما توجه إلى الجمهور المدرك والنشط ويتم تطبيق هذه الإستراتيجية حالياً في المنظمات التعليمية وفي إدارة المعرفة بنسبة أكبر.[1]

المطلب الرابع : مبادئ التخطيط للإستراتيجية الإتصالية

النقاط التالية :

1-التحليل :

ويتضمن تحليل الوضع، وتقدير حجم المشكلة وعليه يجب جمع أكبر قدر من المعلومات، حول الوضع الحالي، وقبل البدء بتصميم برامج الإتصال، ثم يتم تحديد الجمهور المستهدف وجمع كل المعلومات عن هذا الجمهور، وبعد إكمال تحليل الوضع يعد تقرير، الوضع وتوصيات العمل.

2- **التصميم** : ويتضمن ما يلي :

- تحديد أهداف الاتصال
- الرسالة والقنوات المناسبة للإتصال ومدى تنوعها.
- وضع خطة للتنسيق بين قنوات الاتصال
- وضع هيكل لخطة عمل شاملة
- وضع استراتيجية اتصالية مناسبة وفعالة
- تحديد مراحل العمل

[1] راسم محمد الجمال ، خيرت معوض ، مرجع سبق ذكره ، ص 221

3-اعداد المواد والاختبارات القبلية والتعديل

- اختبار المواد المستخدمة يجب أن يتم على أساس جاذبيتها وسهولة فهما ومدى تقبلها، وقدرتها على الاقناع والحث على المشاركة.

4-التنفيذ والمتابعة والتقييم

ويتضمن التنفيذ، تحديد العناصر الأساسية للمشروع، واعلام الموظفين الرئيسين بالجدول الزمني للتنفيذ ثم نشر الرسائل من خلال القنوات المناسبة ثم تأتي مرحلة المتابعة

وتحتوي التحقق من كمية المواد الإتصالية التي أنتجت ونوعيتها والتأكد من مدى الإلتزام بالجدول الزمني والميزانية الخاصة، وتعديل وتصميم المشروع إذا دعت الحاجة.

وأضاف "موسى خليل" إلى هذه المبادئ الإستراتيجية للإجابة على خمسة أسئلة أساسية حتى يكون الإتصال جيد وفعال وهي : [1]

1- ما هو الغرض من الإتصال؟ وماهي أهدافه وهل هي مديدة؟

وهل هي محكمة محددة بشكل يوضح العمل والسلوك المرجو تغييره؟

2- من هو الجمهور الأساسي المستهدف؟ وكيف الوصول إليه وهل تأخذ الجمهور الثانوي في الإعتبار؟

3- ماهي الفائدة الأساسية المرتقبة؟

4- ماهي العناصر الداعمة؟

5- ماهي الإستجابة المرغوب فيها؟ أو ماذا تريد أن يقوم الجمهور المستهدف به؟ أو ما الذي تريد أن يفكر فيه الجمهور المستهدف؟

[1]-موسى خليل مرجع سبق ذكره ص 135-138

وكذلك هناك استراتيجيات اتصالية أخرى نذكر منها : [1]

1-مبدأ الوجود :

يجب أن يكون الإتصال الإستراتيجي موجود في الواقع ومحددة بشكل رسمي ومنظم

2-مبدأ الإستراتيجية :

من أهم الخاصيات الإتصال الإستراتيجي فيشترط أن يكون اتصال مستمر على المدى الطويل لكي تظهر كفاءتها

3-مبدأ التميز :

وذلك عن طريق إعطاء المنتوج أو الخدمة تميز غير موجود في العروض الأخرى (التميز الإيجابي).

4-مبدأ الوضوح :

يجب أن تكون الإستراتيجية الاتصالية واضحة وبسيطة وسهلة الفهم لدى الجمهور المستهدف

5-مبدأ الواقعية :

يجب أن تتطابق الإستراتيجية الاتصالية مع خصائص المنتوج أو الخدمة، كي تكون محب بها من قبل الجمهور المستهدف، فإذا كانت المعلومة لا ترتبط بالواقع فإنها تكون مرغوبة وبذلك يفقد المنتوج أو الخدمة قيمته وجمهوره.

6-مبدأ المرونة :

يجب أن تكون الإستراتيجية الاتصالية مرنة حسب مختلف أشكال الاتصال وحسب الوسائل وحسب نوع الخدمات أو المنتوج

[1]-ناصر دادي عدون ،الاتصال ودوره في كفاء الأداء التنظيمي ط2 المؤسسة الجامعية للنشر ،الجزائر 2000 ص71

المطلب الخامس : معوقات الإستراتيجية الاتصالية

- إن عملية الاتصال تبدأ من المرسل وتنتهي إلى المستلم، وخلال هذه العملية تحدث العديد من المعيقات تعمل على تشويش الرسالة والحد من فاعلية العملية الاتصالية.

وهذه المعيقات حسب "الهيان" كالتالي :

أولاً : معوقات شخصية

يختلف الأفراد في ميولاتهم، من ثمة تختلف تفسيراتهم للرسالة حسب الحالة النفسية للمتلقي، وطريقة تفكرية ومستوى إدراكه وهذه المعيقات تتمثل في :

1 - تباين الإدراك :

إن التباين بين الأفراد في إدراكهم للموافق المختلفة يعود إلى اختلافاتهم الفردية والبيئية مما يؤدي إلى إختلاف المعاني التي يعطونها للأشياء.

2- الإدراك الانتقائي :

يميل الفرد إلى الاستماع إلى ما يناسب معتقداته وميولاته والعمل على إعاقة المعلومات التي تتعارض مع ما يؤمن به من قيم وأفكار وأراء.

- 3- **الإنطواء :**

عدم مخالطة الآخرين وتبادل المعلومات معهم

- 4- حبس المعلومات وعدم الإدلاء بها أو المبالغة في عملية الاتصال كالإفراط في كتابة التقارير والإدلاء بالمعلومات.

- 5-**سوء العلاقة بين الأفراد :**

وبالتالي تكون المعلومات المتبادلة مشوهة وناقصة وا تناسب بسلامة.

ثانياً : معوقات تنظيمية :

وتتعلق بشكل رئيسي بالهيكل التنظيمي للمنظمة وأهم هذه المعوقات نذكر : [1]

1- عدم وجود هيكل تنظيمي مما يؤدي إلى عدم وضوح الإختصاصات والسلطات والمسؤوليات.

2- عدم كفاءة الهيكل تنظيمي مما حيث المستويات الإدارية التي تمر بها عملية الإتصال.

3- عدم الإستقرار والمتغيرات المتتالية في فترات متقاربة لا يوفر الجو المناسب للإتصال الاستراتيجي الفعال.

4- القصور في ربط المنظمة بالبيئة الخارجية فالبيئة الخارجية هي من تعطي المعلومات عن المستهلكين والجمهور الخارجي بصفة عامة

5- عدم وجود إدارة المعلومات أو القصور فيها مما يؤدي إلى عجز في جمع المعلومات وتصنيفها وتوزيعها.

[1] العميان محمود سلمان،السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، ط2 عمان دار وائل للنشر، 2004 ص 252 – 253

ثالثا : حواجز تعبيرية

- تظهر هذه العوائق نظراً لإستخدام الرموز داخل الكلمات مما يؤدي إلى اختلاف المعنى حسب شخصية كل فرد وخبرته وخلفيته ومرجعيته

1- تغيير المعنى المقصود :

قد يحدث تغيير في المعنى لعدة أسباب كالضعف في تصوير الرسالة فيحدث اختلال في مضمون الرسالة.

2- العقبات التعبيرية :

عديد الكلمات تحمل عديد المعاني وفقاً لموقف الذي تستخدم فيه وقد تكون لها نفس المعنى والمفهوم في لغة ما، وثقافة ما بينما لا يكون لها معنى أو لها معنى آخر في لغات اخرى

3-القابلية للقراءة :

فعند ما تستخدم كلمات مكونة من العديد من الأحرف أو جمل مركبة في الكتابة فإنه من الصعب على الشخص العادي فهم الرسالة وبالتالي يفشل الإتصال أو يكون غير فعال.

4-التوقيت :

يتطلب الحصول على النتائج المرجوة وصول الرسالة في الوقت لكل الأفراد بينما في أحوال أخرى يتطلب وصول المعلومات بالنتائج حسب توقيت زمني مخطط.

5-التجريد :

إهمال التفاصيل حيث تقتصر الإتصال على القائم كما ندركها وليس كما هي موجودة فعلاً.[1]

[1] محمد فريد الصحن ،سعيد محمد المصري ،ادارة الأعمال الاسكندرية ،الدار الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، ط1998 ص267

الاطار التطبيقي – الفصل الثالث : القائم بالاتصال و علاقته بتفعيل الاستراتيجية الاتصالية دخل مؤسسة ام ولاية المدية

المبحث الأول : تقدير أمن ولاية المدية

المطلب الأول : بطاقة فنية عن أمن ولاية المدية وهيكلها

أ- تعريف التنظيمي أمن ولاية المدية

تقع مديرية أمن ولاية في وسط مدينة المدية يحدها من الغرب مديرية التربية لولاية المدية ومن الجهة اليمنى ثانوية فخار عبد الكريم ومقر ولاية المدية ومن الجهة اليسرى الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي

تأسست مؤسسة أن ولاية المدية مباشرة بعد الإستقلال 1962 في إطار انشاء أمن الولايات وكان أول رئيس لأمن الولاية وكانت تقع في شارع فراح في البداية ثم تحول مقترحا إلى المقر الحالي.

وبعد التطور وزيادة النسبة السكانية كان لابد من إنشاء أمن في كل دائرة حيث بلغت نسبة تغطية الدوائر نسبة 99% باستثناء دائرة في انتظار تدشين المقر في وقت لاحق لتصبح نسبة التغطية 100%[1]

ب- الهيكل التنظيمي لأمن ولاية المدية[2]

يضم مقر ولاية المدية سبعة مصالح وهي :

المصلحة الولائية للأمن العمومي، المصلحة الولائية للشرطة القضائية، المصلحة الولائية للموارد البشرية، المصلحة الولاية للشرطة العامة والتنظيم، المصلحة الولائية للإدارة العامة، المصلحة الولائية للوسائل التقنية، مصلحة المحفوظات المحلية

[1]-مقابلة مع محافظ الشرطة نبيل طوالبية يوم الإثنين 22 أفريل 2019 **على الساعة** 11.00 صباحاً بمقر أمن من ولاية المدية
[2]ي الطاهر محافظ أول للشرطة يوم الثلاثاء 23 أفريل 2019 **على الساعة** 10.30 صباحاً بمقر أمن ولاية المدية -مقابلة مع شريف

وتضم كذلك مكتب الإتصال والعلاقات العامة وهو تابع للديوان.

مكتب المهام والمصالح الولائية للشرطة ويضم الأمن الحضري والفرق المنتقلة للشرطة القضائية

كما هناك مكتب للتوجيه والإستقبال عند مدخل أمن الولاية

- كما يوجد عشرة مراكز أمن حوافز و17 أمن دائرة وفرق متنقلة للشرطة القضائية تضم سبعة فرق منها فرقة مكافحة المخدرات، الجرائم، قمع الإجرام، البحث والتحري BRI

المطلب الثاني : نشاطات وأهداف أمن ولاية المدية[3]

نشاطات أمن ولاية المدية

- المهام العملاتية وتعمل على حماية جميع الأنشطة التي تقوم بها مصالح الشرطة في الميدان كتنظيم حركة المرور ومحاربة الجريمة بمختلف أشكالها.
- النشاطات الإتصالية الجوارية، تقوم بها مصالح الشرطة الولائية تحت إشراف خلية الإتصال والعلاقات العامة تتمثل في الحملات التحسسية والتوعية لفائدة مختلف شرائح المجتمع
- تنظيم الأبواب المفتوحة للتعريف بالمؤسسة
- الأنشطة الإعلامية التعامل مع مختلف وسائل الإعلام

ب-أهداف أمن ولاية المدية[4]

- تنوير الرأي العام وتعزيز الثقة في المؤسسة الأمنية
- تحقيق حماية المواطنين وسلامتهم وحماية ممتلكاتهم دون تمييز
- نشر النظام ومحاربة الفوضى والجرائم
- تحقيق الأمن العام وحفظ السلام

[3]-مقابلة مع المحافظ الأول شرطة شريف الطاهر يوم الإثنين 29 أفريل 2019 **على الساعة** 11.00 صباحاً بمقر أمن ولاية المدية
[4]-مقابلة مع محافظ الشرطة طوالبية نبيل يوم الثلثاء 30 أفريل 2019 **على الساعة** 10.30 صباحاً بمقر أمن ولاية المدية

3- ملتقيات وأيام دراية :

تكون مع جميع الفاعلين في المجتمع والتعاملين مع المؤسسة الأمنية مثال ملتقيات في الجامعة هدفها تنوير الوسط والمجتمع بعديد المواضيع الحساسة والظواهر الإجتماعية للوقاية منها والتحسيس والتوعية من المخاطر التي تهدد أم المواطن

4- الأبواب المفتوحة :

تهدف هذه الأبواب إلى تنوير الرأي العام أغلب مواضيعها تكون حول السلامة المرورية الإستعمال السيء للأنترنت ومخاطر المخدرات ويتم إعلام الشركاء والمواطنين بهذه الأيام تكون اعلامية مناسباتية جهوية ووطنية.

5- الملصقات :

تصدر من المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق عن طريق مديرية النقل والقائم بالإتصال بدوره يقوم بإلصاق هذه المطبوعات أو توزيعها في الطرق على المارة وكذلك تستعمل في الأبواب المفتوحة.

6- الهاتف :

هناك رقمين أخضر ورقم 17. 48. 15. عبارة عن جهاز لا سلكي يسمى تلكس يستعمل لإستقبال المكالمات ثم تحويلها إلى المصلحة المختصة

7- حصص إذاعية :

يقدم القائم بالإتصال حصة إذاعية أسبوعية على أمواج إذاعة المدية تتطرق إلى مواضيع الساعة التي تهم المؤسسة الأمنية بحضور عديد الشركاء وتكون هناك تدخلات عبر الهاتف

8- ربورتاجات :

يقوم القائم بالاتصال لأمن ولاية المدية بإعداد ربورتاجات أمنية بمشاركة الصحافة تتطرق إلى عمل الشرطة أو انجازاتها والتعريف بالمؤسسة الأمنية وتقريبها من المواطن.[5]

ب/الإتصال الخارجي لأمن ولاية المدية : [6]

إن الإتصال الخارجي أهمية بالغة لدى أمن ولاية المدية فهو يعمل على تعريف الجمهور بوظائف المؤسسة الأمنية ومهامها ويعمل على كسب ثقتهم وتحسين صورة المؤسسة لدى الجمهور الخارجي من أجل التقرب منها.

وذلك من خلال العديد من الوسائل أهمها :

1- مواقع التواصل الإجتماعي :

حيث حملت المؤسسة الأمنية الجزائرية على مواكبة التطور الحاصل بما أن مواقع التواصل الإجماعي أصبحت منصة إعلامية هامة لدى الجمهور وأمن ولاية المدية ينتمي إلى المؤسسة الأمنية الجزائرية فهو يتعامل بمواقع الأمن الوطني ومن هذه المواقع نذكر

أ- موقع فيس بوك :

المديرية العامة للأمن الوطني والمتمثل في صفحة الأمن الوطني فأي معلومة أو خبر أو نشاط يقوم به أكمن ولاية المدية يرسله إلى الأمن الوطني والأمن الوطني بدوره يفسره على صفحة فيس بوك من أجل إعلام جمهور ولاية المدية المطلع على الصفحة والجمهور المتابع لأخر من كل ولايات الوطن

ب- موقع تويتر :

[5]- مقابلة مع شريفي الطاهر محافظ أول شرطة يوم الاثنين 6 **ماي** 2019 **على الساعة** 10.00 صباحا بمقر أمن ولاية المدية
[6]- مقابلة مع شريفي الطاهر محافظ أول شرطة يوم الاثنين 6 **ماي** 2019 **على الساعة** 10.00 صباحا بمقر أمن ولاية المدية

كذلك هو موقع يخص الأمن الوطني ويقوم أمن ولاية المدية بإرسال المعلومات التي يريد أن يطلع الجمهور الخارجي عليها والأمن الوطني بدور يقوم بنشرها على صفحته على تويتر

2- حملات التوعية :

يقوم القائم بالاتصال لأمن ولاية المدية بإعداد حملات توعية من أجل إعلام المواطن ونشر الوعي وحثه على أهمية النظام وأن الشرطة في خدمة المواطن وهي من تكفل له أهمية واستقراره.

المطلب الثالث : الإستراتيجية الاتصالية للقائم بالإتصال لدى أمن ولاية المدية

أ- استراتيجية الإتصال الداخلي للقائم بالاتصال [7]

يتبع القائم بالإتصال أمن ولاية المدية استراتيجية لتواصل مع جمهورها الداخلي العاملين والموظفين من أجل تنقل المعلومات وتبادل المعارف وإعلام الموظفين بمهامهم ووظائفهم وأهداف المؤسسة، فالمؤسسة تعمل كذلك على تحسين صورتها لدى جمهورها الداخلي وكسب ثقتهم وحثهم على العمل بجد من أجل ازدهار المؤسسة الأمنية والمحافظة على مكانتها المرموقة ويعتمد القائم بالإتصال في استراتيجية الإتصال الداخلي على العديد من الوسائل والمتمثلة فيما يلي :

جدول (01) بين وائل الإتصال الداخلي لأمن ولاية المدية

وسائل الإتصال الداخلي	استخداماتها
ل مجلة المؤسسة	- مجلة اعلامية ثقافية تصدرها مؤسسة الأمن الوطني وترسل لأمن الولايات مجلة الشرطة" تصدر كل شهر تحمل أهم أنشطة الأمن الوطني ومهامه ووظائفه ومستجداته وهي مجلة داخلية فقط.

[7]- مقابلة مع شريفي الطاهر محافظ أول شرطة يوم الثلاثاء 7 ماي 2019 على الساعة 10.00 صباحا بمقر أمن ولاية المدية

⁄ الفاكس	- يستخدم في الإتصال الداخلي بين الموظفين تحت الرقم 26. 49. 73. 025. استقبال وإرسال البرقيات.
⁄ البريد الإلكتروني	- وهو خاص بالمديرية العامة للأمن الوطني وتستخدمه المؤسسات الأمنية الولائية www.algeriepolice.dz
⁄ الإجتماعات	- اجتماعات مع رؤساء المصالح كافة
⁄ التقارير الشهرية	- تتضمن حصيلة النشاطات فيما يخص الإتصال الداخلي العلاقات العامة، الصحافة المكتوبة، الفضاء الإذاعي والتلفزي، الفضاء الإلكتروني، الأيام الإعلامية والمعارض.
⁄ الهاتف الثابت	- ويستعمل داخل المؤسسة لإتصال الداخلي بين الموظفين والعمال فقط من أجل نقل المعلومات وإعطاء الأوامر..الخ

المطلب الرابع : أهداف استراتيجية الإتصال للقائم بالإتصال لأمن ولاية المدية [8]

يسعى القائم بالإتصال إلى تحقيق العديد من الأهداف من خلال استراتيجية الإتصالية المنتهجة ومن بين هذه الأهداف نذكر

⁄ تثمين مجهودات مصالح الأمن الوطني

[8]- مقابلة مع طوالبية نبيل محافظ شرطة يوم الثلاثاء 30أفريل 2019 على الساعة 11.00 صباحا بمقر أمن ولاية المدية

- رسم صورة حسنة عن المديرية العام للأمن الوطني
- تقريب المواطن من الشرطة
- الرقي بسمعة جهازه من الوطني

توفير المعلومات وتبادلها مع الجمهور الداخلي التي هي أساس العمل الأمني

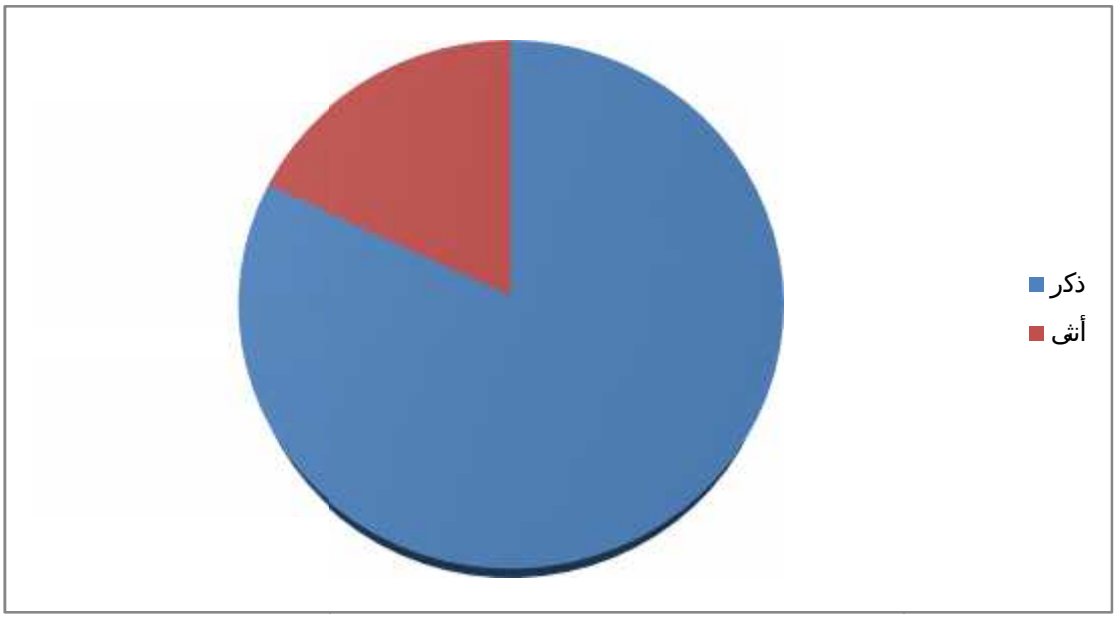
ثانيا : تفريغ وتحليل الجداول

1-البيانات الشخصية

جدول رقم 02 : يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة%
ذكر	41	82%
أنثى	9	18%
المجمع	50	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة الذكور قدرت ب85% أما نسبة الإناث فكانت 18%حيث أن نسبة الذكور أعلى من نسبة الإناث وهذا راجع إلى كون المؤسسة ذات طابع أمني وهو ما يتنامى مع عادات وتقاليد المجتمع المحافظ بولاية المدية مما يستند في انضمام فئة الذكور أكبر من الإناث.

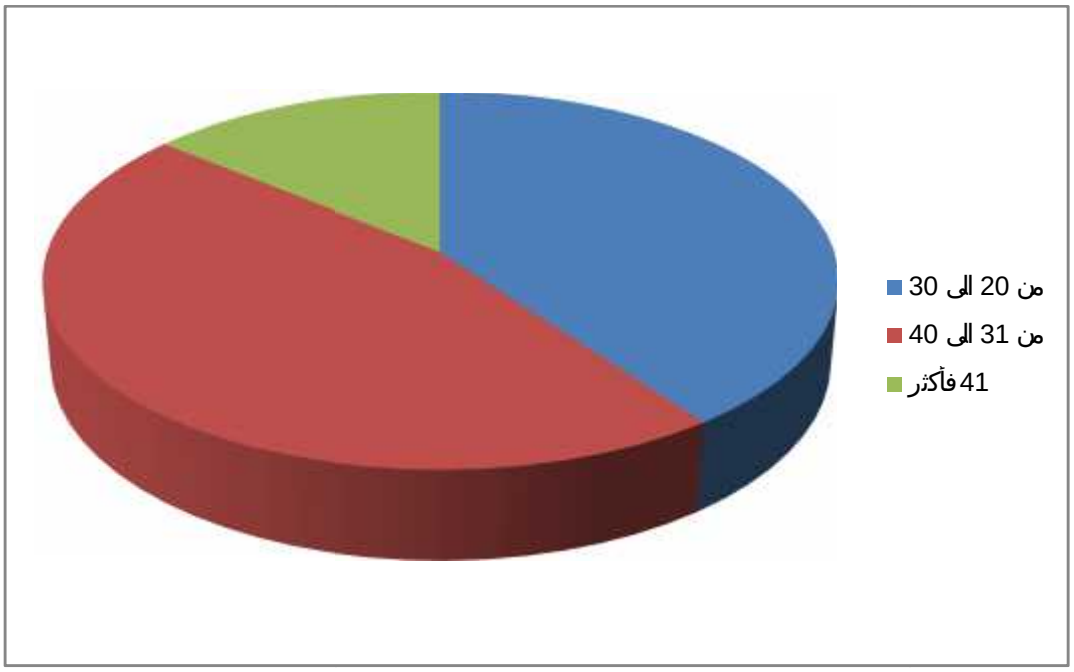


الشكل رقم (01) يمثل العينة على أساس الجنس

جدول رقم (03) : يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

السن	التكرار	النسبة%
من 20إلى 30	20	40%
من 31إلى 40	23	46%
من 41 فأكثر	7	14%
المجموع	50	100%

نرى من خلال الجدول الموضح أعلاه أن نسبة الفئة العمرية من 20 إلى 30 سنة قدرت ب40% أما من 1 إلى 40 سنة بلغت 46% وفئة من 41 سنة فأكثر قدرت ب 14 أي أن الفئة العمرية من 31 إلى 40 سنة بلغت أعلى نسبة لتليها فئة من 20 إلى 30 سنة وأخيراً فئة من 41 سنة فأكثر وهذا ما جعلنا نستنتج أن المؤسسة كونها مؤسسة أمنية تحتاج إلى فئة من النضج أي من سن 31 إلى 40 سنة من أجل ضمان السير الجيد للمؤسسة



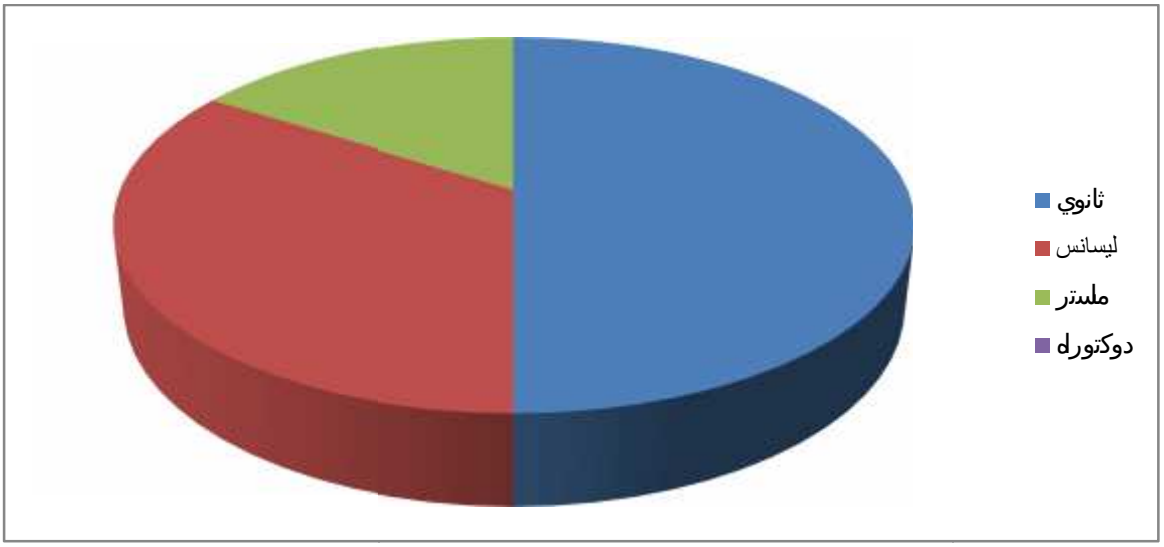
الشكل رقم (02) يمثل العينة على أساس السن

الجدول رقم 04 : يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة%
ثانوي	25	50%
ليسانس	17	34%
ماستر	8	16%
دكتوراه	00	00%
المجموع	0	100%

يتضح من خلال الجدول رقم (03) أن نصف عدد المستجوبين بنسبة 50% لديهم مستوى ثانوي، لتليها نسبة 34% مستوى ليسانس ثم 16% مستوى ماستر، أما نسبة الدكتوراه فكانت منعدمة تماما، وهذا ما جعلنا نستخلص أن المؤسسة تعطي الفرصة للمستوى الثانوي للعمل بها أكثر من المستويات الأخرى والشهادات لأن هذه الشهادات من أجل رفع الرتبة فقط وهذا ما جعل الكثير من الشباب ينظم

لهذه المؤسسة، أما بالنسبة لعدم وجود أصحاب الشهادات العليا فهذا يعود بالسلب على المؤسسة لأن المؤسسة تحتاج أيضاً لأصحاب الشهادات من أجل تحقيق سير ونجاح المؤسسة.



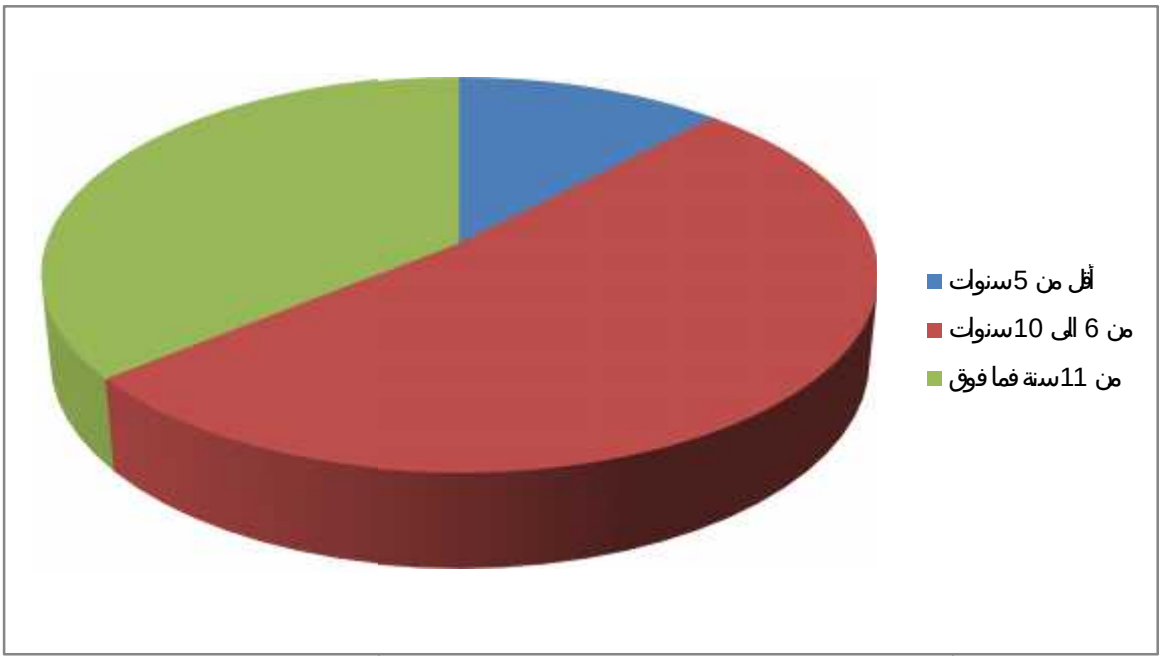
الشكل رقم (03) يمثل العينة على أساس المستوى التعليمي

جدول رقم 05 : يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية

الخبرة المهنية	التكرار	النسبة%
أقل من 5 سنوات	6	12%
من 6 إلى 10سنوات	26	52%
من 11 سنة فما فوق	18	36%
المجموع	50	100%

يتضح من خلال الجدول رقم (04) أن أغلبية عدد المستجوبين بنسبة 52% لديهم خبرة مهنية من 6 إلى 10 سنوات، لتليها نسبة 36% بالنسبة لمن لديهم خبرة من 11 سنة فما فوق، وأخيرا نسبة 12% الذين لديهم خبرة أقل من 5سنوات.

وهذا ما جعلنا نستنتج أن المؤسسة تتكون من الأفراد الذين لديهم خبرة مهنية من 6 إلى 10 سنوات أكثر من الآخرين



الشكل رقم (06) يمثل العينة على أساس الخبرة المهنية

المحور الأول : مواصفات القائم بالإتصال

الجدول رقم 06 : يبين مفهوم القائم بالإتصال في المؤسسة حسب متغير الجنس

المتغير	السن				المجموع	
	أنثى		ذكر			
الإجابات	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
فرد يملك أفكار وأراء وقدرات	2	22.22%	12	29.26%	14	28%
فرد يملك القدرة على العملية الاتصالية بالكفاءة العالية	2	22.22%	10	24.39%	12	24%

فرد يقوم بإعداد واصدار المعلومات الى مستخدمي وسائل الإعلام	3	33.33%	16	39.02%	19	38%
فرد يتميز بتحفيز أهداف المؤسسة	2	%22.22	03	7.31%	5	10%
المجموع	9	%100	41	100%	50	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن 28% من الجنسين ذكور وإناث يرون أن القائم بالإتصال هو فرد يملك أفكار وقدرات على التأثير.

وكانت أعلى نسبة وقدرت ب38% وأن القائم بالإتصال هو فرد يقوم بإعداد وإصدار المعلومات غلى المستخدمين وسائل الإعلام وتمثل نسبة 33% من الإناث المشكلين للأفراد العينة 39.29% من الذكور وهذا راجع إلى استخدام القائم بالإتصال للوسائل الإتصال في نقل المعلومات إلى الشركاء وإلى الجمهور الخارجي.

وكذلك القائم بالإتصال هو شخص يملك القدرة العالية على التأثير فمهمة الاتصال هي التأثير في الأراء والاتجاهات بكفاءة عالية وتوصيل الرسالة المرغوب فيها وتحقيق الأهداف المرجوة من هذه الرسالة فليس كل شخص مرسل يستطيع التأثير حيث أنه يجبأن يكون لديه قدرات على الإقناع والتأثير في المتلقي والقائم بالاتصال لدى أمن ولاية امدية ليس شخص عادي بل يملك العديد من الصفات التي جعلته يوضع في هذا المنصب

جدول رقم 07 : يبين مكانة القائم بالإتصال في المؤسسة حسب متغير الجنس

المتغير	السن				المجموع	
	أنثى		ذكر		التكرار	النسبة
الإجابات	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
مكانة بالغة	9	100%	32	78.04%	41	18%
مكانة متوسطة	0	%0	09	21.95%	09	18%
لا مكانة له	0	%0	0	0%	00	00%
المجموع	9	%100	41	100%	50	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 82% من الجنسين أعطت اجابتها على أن للقائم بالإتصال مكانة عالية.

وتمثل نسبة 18% من فئة الإناث المشكلين لأفراد العينة وكانت اجابتهم بالمكانة البالغة للقائم بالإتصال بنسبة 100% ونسبة الذكور التي تقدر ب 41" أجابت بها لمكانة البالغة للقائم بالإتصال بقيمة تقدر ب 78.4% و 21.95% كانت اجابتهم بالمكانة المتوسطة وهذا راجع إلى أهمية القائم بالاتصال في المؤسسة وأداء مهامه على أكمل وجه.

فأمن ولاية المدية أعطى للقائم بالاتصال مكانة بالغة لما له من أهمية في تطوير العمل الإتصالي للمؤسسة فالإتصال هو عصب كل مؤسسة خاصة في الوقت الحديث أصبح للعلاقات العامة مكانة أساسية ودور في استمرار المؤسسة والنهوض بها.

فالقائم بالإتصال هو العنصر الأساسي في العملية الإتصالية لهذا وجب الإهتمام به وتوفير الجو المناسب له من أجل اعطاء ما لديه من خبرات ومعارف.

جدول رقم 08 يبين الخصائص التي تميز القائم بالإتصال عن غيره حسب متغير الجنس

المتغير	السن				المجموع	
	أنثى		ذكر		التكرار	النسبة
الإجابات	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	9	100%	38	4.92%	47	94%
لا	0	%0	03	7.31%	03	6%
لا أدري	0	%0	0	0%	00	00%
أخرى تذكر	0	%0	0	0%	0	0%
المجموع	9	%100	41	100%	50	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسب 94% من الجنسين يرون بأن للقائم بالإتصال خصائص تميزه عن غيره.

حيث كانت نسبة 100% من اجابة فئة الإناث بنعم ونسبة 92.68% من الذكر بنم كذلك وكانت الإجابة بلا تقدر بنسبة 731% وكانت من فئة الذكور حيث شكلت النسبة الكلية لإجابة بلا ب 6 فقط وهذا يدل على أن القائم بالإتصال قدرة على الإتصال والإقناع بدرجة عالية وكلك يتميز بقوة الشخصية والجاذبية هذا ما جعله ينقل منصب القائم بالإتصال فوظيفة القائم بالإتصال تتطلب شخص يتميز عن غيره في امكانياته الإتصالية فأمن ولاية المدية قام بإختيار القائم بالإتصال حسب الخبرة التي ساعدته في الإرتقاء إلى هذا المنصب وكذلك قدرته العالية على التأثير والتواصل.

ومن خلال دراسته للإتصال وللعلاقات العامة وحصوله على شهادة الماستر في هذا التخصص فالقائم بالإتصال لدى أمن ولاية المدية هو شخص متخصص في المجال ولم يختار بطريقة عشوائية.

جدول رقم 09 بين المهام التي يقوم بها القائم بالإتصال حسب متغير الخبرة المهنية

المتغير	الخبرة المهنية						المجموع	
	أقل من 5سنوات		من 6إلى 16 سنة		من11 فما فوق		التكرار	النسبة
الإجابات	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
العمل على التأكد من صدق المعلومة ودقتها	01	%16.66	01	%3.84	03	16.66%	5	%01
العمل على احترام الحياة الخاص بالمواطن	01	16.66%	03	%11.53	08	44.44%	12	%24
العمل من أجل المصلحة العامة	04	66.66%	22	%84.61	07	38.88%	33	%66
المجموع	06	%100	26	100%	18	100%	50	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 66% من المبحوثين أجابوا على أن من المهام التي يقوم بها الائم بالإتصال هي العمل من أجل المصلحة العامة حسب متغير الخبرة المهنية

حيث كانت نسبة 66.66% من الفئة التي لديها خبرة أقل من 5 سنوات ترى أن مهمة القائم بالإتصال تكمن في المصلحة العامة ونسبة 84.61% من الفئة التي لديها خبرة من 6 إلى 10 سنوات أما الفئة لتي لديها خبرة من11 سنة فما فو ترى أن مهمة القائم بالإتصال تكمن في العمل

عل احترام الحياة الخاصة للمواطن بنسبة 44.44% وبنسبة حول 38.88% حول العمل من أجل المصلحة العامة وهذا يدل على أن القائم بالإتصال يعمل من أجل مصلحة المؤسسة ومن أجل مصلحة المواطن بدرجة أولى.

فهو يعمل في اطار المؤسسة حسب المهام المخولة إليه وبالدرجة الأولى يعمل على خدمة المواطن وايصال المعلومة إليه وتوفير الأمن له وحماية ممتلكاته سواء المادية والفكرية ومحاربة المعلومات الكاذبة والتأكد من المعلومات المقدمة قبل نشرها.

جدول رقم 10 يبين الوسائل الإتصالية التي يستخدمها القائم بالإتصال لإيصال المعلومة عن المؤسسة للجمهور حسب متغير الخبرة المهنية.

المتغير	الخبرة المهنية						المجموع	
الإجابات	أقل من 5سنوات		من 6إلى 16 سنة		من11 فما فوق		التكرار	النسبة
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لقاءات شخصية	02	%33.33	30	11.53%	03	16.66%	08	16%
الملصقات والإعلانات	01	16.66%	10	38.46%	06	33.33%	17	34%
اجتماعات	01	16.66%	1	3.84%	03	16.66%	05	10%
وسائط الكترونية	02	33.33%	12	46.15%	06	33.33%	20	40%
أخرى تذكر	/	/	/	/	/	/	/	/
المجموع	06	%100	26	100%	18	100%	50	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 40% من جميع فئات الخبرة المهنية يرون أن الوسائط الإلكترونية تمثل أهم وسيلة يستخدمها الائم بالإتصال في ايصال المعلومة في مؤسستهم

فكانت نسبة 33.33% من الفئة التي لديها خبرة أقل من سنوات ترى بأن الوسائط الإلكترونية واللقاءات الشخصية تمثل أهم وسيلة بنسبة متساوية أما الفئة التي لديها خبر من 6 إلى 10 سنوات كانت اجابتها بنسبة 46.5% بالوسائط الإلكترونية ثم تليها الملصقات والإعلانات بنسبة 38%

من 11 فما فوق اجابتها ب 33.3% للملصقات والإعلانات ونفس النسبة أي 33.33% للوسائط الإلكترونية

وهذا يدل على أن الوسائط الإلكترونية والملصقات والإعلانات هي أهم وسيلة يستخدمها القائم بالإتصال لإيصال المعلومة نظرا لتأثيرها البالغ سرعتها في نقل المعلومة للجمهور سواء الداخلي أو الخارجي.

فعمل القائم بالاتصال يتطلب الإعتماد على الوسائل لأنجع في نقل المعلومة وهو يختارها حسب تأثيرها

كذلك الملصقات والإعلانات أهمية بالغة في التواصل مع المحور فهي تستعمل أكثر في الحملات التحسيسية التي لها تأثير بالغ في المواطن فهي تحتوي على صور ونص غالبا والصورة تحمل دلالات كثيرة توصل الرسالة بصورة جيدة وتحدث الأثر المرغوب هذا ما جعلها معتمدة من قبل القائم بالإتصال في استراتيجية الإتصالية.

جدول رقم 11 يبين العوامل الأكثر تأثيراً على نشاط القائم بالإتصال في المؤسسة حسب متغيرات الخبرة المهنية

المتغير	الخبرة المهنية						المجموع	
	أقل من 5سنوات		من 6إلى 16 سنة		من11 فما فوق		التكرار	النسبة
الإجابات	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
علاقات تحمل وضغوطات	0	%0	07	%26.92	05	%27.73	12	%24
سياسية المؤسسة ونشاطها	05	83.33%	11	%42.30	10	%55.55	26	%52
الظروف السياسية والإجتماعية في البلاد	01	16.66%	08	%30.76	03	%16.66	12	%24
أخرى تذكر	/	/	/	/	/	/	/	/
المجموع	06		26		18		50	%1100

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 52% من جميع فئات الخبرة المهنية يرون أن سياسة المؤسسة ونشاطها من أكثر العوامل تأثيراً على نشاط القائم بالإتصال في المؤسسة الأمنية ونسبة 12% من الفئة التي لديها خبرة أقل من5 سنوات يرون أن سياسة المؤسسة ونشاطها يؤثر على عمل القائم بالإتصال بنسبة 83% ونسبة 52% من الفئة التي لديها خبرة من 6 إلى 10 سنوات يرون أن

سياسة المؤسسة يؤثر على نشاطه بنسبة 42.3% ونسبة 36% من الفئة التي لديها خبرة من 11 سنة فما فوق.

ترى كذلك أن سياسة المؤسسة ونشاطها يؤثر على نشاط القائم بالإتصال بنسبة 55.55% وهذا يدل على أن السياسة المؤسسة تأثير على نشاط القائم بالإتصال حيث أنه مرتبط بسياسة المؤسسة ولا يمكن أن يجد عنها خاصة أنها مؤسسة حساسة تعمل في سرية كونها مؤسسة أمنية، كذلك الظروف السياسية والإجتماعية للبلاد تؤثر على عمله فهو يعمل في إطار بيئة المجتمع يتأثر ويؤثر.

فعندما تكون هناك ظروف خاصة في البلاد فإن القائم بالإتصال يعمل وفق هذه الظروف ويهتم بها أكثر من أجل مساعدة المؤسسة على تجاوز وحل هذه المشاكل ونشر الأمن ومحاربة الفوضى

كذلك فإن القائم بالإتصال يؤدي نشاطه حسب خصائص وظيفته.

الجدول رقم 12 يبين الصعوبات التي تواجه القائم بالإتصال في المؤسسة حسب الخبرة المهنية

المتغير	الخبرة المهنية						المجموع	
الإجابات	أقل من 5سنوات		من 6إلى 16 سنة		من11 فما فوق		التكرار	النسبة
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
عدم اتباع العاملين للأوامر	01	%16.66	07	%26.92	04	%22.22	12	%240
عدم المشاركة في اتخاذ القرار	02	33.33%	06	%23.07	03	%16.66	11	%22
انعدام ثقافة التواصل	03	50%	13	%50	11	%61.11	27	%54
المجموع	06	%100	26	100%	18	100%	50	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 54% من جميع فئات الخبرة المهنية يرون أن انعدام ثقافة التواصل عائق يواجه القائم بالإتصال في أداء مهامه

كانت نسبة 50% من الفئة التي لديها خبرة أقل من 5 سنوات اجابتها بإنعدام ثقافة اتواصل تليها عدم المشاركة في اتخاذ القرار بنسبة 33.33%

وكانت نسبة 50% من الفئة التي لديها خبرة مهنية من 6 إلى 10 سنوات اجابتها بإنعدام ثقافة التواصل تليها عدم اتباع العاملين للأوامر بنسبة 26%

أما نسبة 61.11% من الفئة التي لديها خبرة من 11 سنة فما فوق كانت اجابتها بإنعدام ثقافة التواصل

وهذا ما يدل على أن ثقافة التواصل محدودة وهذا ما يقف عائق أمام القائم بالإتصال في تأدية مهامه. وبالتالي فالرسالة الاعلامية أو المعلومة المرسلة لا تصل بشكل صحيح ولا تصل إلى كافة العمال كذلك بالنظر إلى تفاوت المستوى التعليمي للعمال لأن المستوى التعليمي له دور في عملية التواصل فجل العمال من ذوي المستوى الثانوي و انعدام تام للدكاترة في مؤسسة أمنية ذات أهمية بالغة في المجتمع.

المحور الثاني : الإستراتيجية الإتصالية المتبع من طرف القائم بالإتصال

جدول رقم 13 يبين الوسائل الإتصالية الخاصة بالمحور الداخلي والوسائل الخاصة بالمحور الخارجي حسب متغير المستوى التعليمي.

المتغير	الخبرة المهنية								المجموع	
	ثانوي		ليسانس		ماستر		دكتوراه			
الإجابات	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	12	%48	13	%76.47	07	%87.5	0	0%	5	%01
لا	13	52%	04	%23.52	01	%12.5	0	0%	12	%24
المجموع	25	%100	17	100%	08	100%	0	0%	50	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 64% من جميع المستويات التعليمية عبرت عن أن للمحور الخارجي وسائل اتصالية خاصة به وللجمهور الداخلي وسائل خاصة به.

تمثل نسبة 25% من فئة العاملين بالمؤسسة ذوي المستوى الثانوي عبروا عن عدم وجود وسائل خاصة بكل جمهور بنسبة 2% و 48% عبروا عن وجود وسائل اتصالية خاصة بكل جمهور أما بالنسبة وكانت نسبة 34% من العاملين المتحصلين على شهادة ليسانس اجاباتهم بوجود وسائل خاصة بكل جمهور نسبة 76.4%

أما بالنسبة الى نسبة 16% فهي تمثل المتحصل على شهادة الماستر فقد عبروا عن رأيهم فيما يخص وجود وسائل خاصة بكل جمهور بنسبة 87% بنعم أي أن القائم بالإتصال يعتمد في استراتيجية الإتصالية على وسائل خاصة بالجمهور الخارجي ووسائل خاصة بالجمهور الداخلي لأن هناك اختلاف بينهما

فالجمهور الداخلي غالبا ما يستخدم معه الإجتماعات واللقاءات الشخصية أما الجمهور الخارجي فيستخدم معه الوسائط الإلكترونية أكثر بإختلاف طبيعة الجمهورين تعتمد على القائم بالإتصال استخدام وسائل مختلفة ومناسبة لكل جمهور

الجدول رقم 14 يمثل مساهمة الإستراتيجية الإتصالية المنتهجة في نقل المعلومات في المؤسسة حسب متغير المستوى التعليمي

المتغير	الخبرة المهنية								المجموع	
	ثانوي		ليسانس		ماستر		دكتوراه		التكرار	النسبة
الإجابات	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
تساهم	25	100 %	12	%70.58	8	%100	0	0%	45	90%
نوعا ما	0	0%	05	29.41%	0	%0	0	0%	05	10%
لا تساهم	0	0%	0	%0	0	%0	0	0%	0	0%
المجموع	25	100 %	17	100%	8	100%	0	100 %	50	100 %

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 90% من جميع المستويات التعليمية عبرت عن مساهمة الإستراتيجية الإتصالية المنتهجة في نقل المعلومات.

ل وكانت 100% من العاملين ذوي المستوى الثانوي أكد على مساهمة الإستراتيجية الإتصالية في نقل المعلومات

ونسبة 70.58% من العاملين المتحصلين على شهادة ليسانس كانت اجابتهم تساهم 29.49% نوعا ما.

ونسبة 100% من المتحصلين على شهادة الماستر اكدوا على مساهمة الاستراتيجية الاتصالية في نقل المعلومات بصورة سلسلة وجيدو وبدة وفي وقت وجيز.

فنقل المعلومة لا يكون بطريقة غير زمنية عشوائية بل بطريقة مدروسة مخطط لها كي تصل دون نقص أو تشويش.

فطبيعة المؤسسة الأمنية تستجوب نقل المعلومة بسرعة وبدقة دون حدوث خطأ قد يحدث مشاكل تحول دون عمل المؤسسة فالقائم بالاتصال لدى أمن ولاية المدية يعمل على نقل المعلومة بسلامة وبالوسائل الحديثة المتطورة على غرار الوسائط الإلكترونية سواء مع الجمهور الداخلي أو الجمهور الخارجي.

جدول رقم 15 يبين مدى اشتراك كافة الموظفين في اعداد الاستراتيجية الاتصالية حسب متغير المستوى التعليمي

المتغير	الخبرة المهنية								المجموع	
الإجابات	ثانوي		ليسانس		ماستر		دكتوراه		التكرار	النسبة
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
نعم	24	%96	13	%76.47	06	%87.5	0	0%	43	86 %
لا	01	04%	04	23.52%	2	%25	0	0%	07	14 %
المجموع	25	%100	17	100%	8	100%	0	100 %	50	100 %

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 86% من جميع فئات المستوى التعليمي يرون أنه يتم اشراك كافة الموفين في اعداد الاستراتيجة الاتصالية

ونسبة 52% من ذوي المستوى التعليمي أجابت بنعم بنسبة 96% ونسبة 34% من المتحصلين على شهادة ليسانس أجابت بنعم بنسبة 76.47% أما بالنسبة للمتحصلين على شهادة الماستر هي 16% اجابوا بنعم بنسبة 75.5% و 14% من جميع الفئات المستوى التعليمي نمو اشراك كافة الموظفين في اعداد الإستراتيجية الاتصالية وهذا ما يوضح أن الاستراتيجية الاتصالية تكون محل تشاور واشراك كافة الأراء في اعدادها وليس فقط القائم بالاتصال الذي يمثل الحلقة الأساسية في العملية الاتصالية.

فتنوع الأفكار والأراء ساعد في زيادة المعلومة وتبادل المعارف ومن ثمة اعداد استراتيجية اتصالي شاملة لكافة جوانب ومهمة العمل والتقليل من التغيرات ومعالجة العراقيل.

وهذه تعد استراتيجية منتهجة من قبل القائم بالاتصال حيث أنه يحاول اشراك كافة العمال منن أجل تزويده بالمعلومة وتوجيهه خاصة من ذوي الخبرة الطويلة في مجال عمل الشرطة.

جدول رقم 16 يبين أهمية الاستراتيجية الاتصالية في سير ونجاح المؤسسة حسب متغسر المستوى التعليمي

المتغير	الخبرة المهنية								المجموع	
الإجابات	ثانوي		ليسانس		ماستر		دكتوراه		التكرار	النسبة
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
نعم	25	%100	16	%94.11	08	%100	0	0%	49	%98
لا	0	0%	01	5.88%	0	%0	0	0%	01	02%
المجموع	25	%100	17	100%	8	100%	0	100%	50	100 %

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 98% من جميع فئات المستوى التعليمي يرون أنه للإستراتيجية الإتصالية أهمية بالغة في سير ونجاح المؤسسة.

ونسبة 56% من ذوي المستوى الثانوي أجابت بنعم بنسبة 100% ونسبة 34% من المتحصلين على شهادة ليسانس أجابوا بنعم بنسبة 94.11% وأما بالنسبة للمتحصلين على شهادة ماستر أجابوا بنعم بنسبة 100% وهذا ما يؤكد على أن الاستراتيجية المعدات من قبل القائم بالإتصال أهمية في نجاح المؤسسة والسير بها للتقدم فهي توضح معالم عمل المؤسسة.

فالاستراتيجية الإتصالية ساعدت القائم بالإتصال في تطوير المؤسسة من خلال المخطط التي وضعها والتي رأى بأنها مناسبة وكذلك ساعدت المؤسسة في التقرب من المواطن وكسب وده وثقته حيث أصبح يتعاون مع المؤسسة وسهل من عمل الشرطي وذلك من خلال الإبلاغ عن التجاوزات وعن الجرائم والمجرمين، في سرية تامة وهذه الإستراتيجية طمأنت المواطنين من خلال الإتصال بالرقم المخصص والحفاظ على المعلومات الشخصية الخاصة بالمواطن في سرية.

وهذا حسب الائم بالإتصال ساهم في نجاح المؤسسة والحفاظ على مكانتها المرموقة في المجتمع.

جدول رقم 17 يبين اعتماد الاستراتيجية الاتصالية على الاتصال الرسمي في المؤسسة حسب متغير المستوى التعليمي

المتغير	الخبرة المهنية								المجموع	
الإجابات	ثانوي		ليسانس		ماستر		دكتوراه		التكرار	النسبة
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
نعم	15	%60	15	%88.23	04	%50	0	0%	34	68%
لا	10	40%	02	11.76%	04	%50	0	0%	16	%32
المجموع	25	%100	17	100%	8	100%	0	100%	50	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 68% من جميع فئات المستوى التعليمي يرون أن

الاستراتيجية الاتصالية تعتمد على الاتصال الرسمي بدرجة أولى ونسبة 50% من ذوي المستوى الثانوي أجابت بنعم بنسبة 60% و 40% اجابت بلاونسبة 34% من المتحصلين على شهادة ليسانس اجابوا بنعم بنسبة 88.23% وأما فئة المتحصلين على شهادة الماستر أجابوا بنعم نسبة 50% ونفس النسبة 52% بلا.

وهذا ما يشير إلى أن المؤسسة تعتمد على الاتصال الرسمي أكثر خاصة وأنها مؤسسة أمنية حساسة فكل العلاقات تكون رسمية موثقة.

فالاتصال الرسمي يساعد على نقل المعلومة بصورة أحسن ويجعل العاملين يحملون في جو يسوده الثقة وفي نام من أجل تجنب أي مشاكل أو كره قبل تحول دون العمل الجيد والقائم بالاتصال يعمل نشر ثقافة الاتصال الرسمي فطابع المؤسسة يتطلب ذلك ولأهمية البالغة كذلك.

في حين أنه هناك من المبحوثين يرون أن الاستراتيجية الاتصالية المنتهجة لا تعتمد على الاتصال الرسمي بل على الاتصال غير الرسمي وهذا حسب تعاملهم مع الإدارة والقائم بالإتصال.

جدول رقم 18 يبين عوائق تطبيق فعال للإستراتيجية الإتصالية حسب متغير المستوى التعليمي

المتغير	الخبرة المهنية								المجموع	
	ثانوي		ليسانس		ماستر		دكتوراه		التكرار	النسبة
الإجابات	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
نعم	0	%0	1	%5.88	8	%100	0	0%	9	%18
لا	25	100%	16	94.11%	0	0%	0	0%	41	%82
أخرى	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
المجموع	25	%100	17	100%	8	100%	0	100 %	50	100%

يتضح لنا من الجدول أعلاه أن نسبة 82% من جميع فئات المستوى التعليمي يرون أن لا توجد عوائق تحول دون تطبيق فعال للإستراتيجية الإتصالية

تمثل نسبة 50% من فئة المستوى الثانوي عبروا عن عدم وجود عوائق بنسبة 100% أما بالنسبة لنسبة 34% فهي تمثل الفئة المتحصلة على شهادة ليسانس فقد عبروا عن رأيهم بعدم وجود عوائق بنسبة 94.15% ونسب 16% فهي تمثل فئة الماستر فكانت الإجابة بعدم وجود عوائق بنسبة 100% وهذا يدل على أنه القائم بالإتصال بعمل في جو ملائم دون وجود أي عوائق وهذا ما يساعد على أداء مهامه بصورة جيدة وإيصال المعلومة دون عائق

وحسب القائم بالإتصال فإن مؤسسة أمن ولاية المدية هيأت كافة الظروف للعمل الجيد ووفرت كافة الوسائل الإتصالية والإعلامية له وهذا ما ساعده في ايصال المعلومة ونقلها بسلامة وبصورة جيدة. بإستثناء بعض العوائق التي تتمثل في عدم فهم المواطن بعمل الشرطة وليس كافة المواطنين القلة

حسب رئيس المصلحة لكنه يعمل على إزالة هذا العائق عن طريق التقرب من المواطن والتعامل معه بطريقة لينة ومحاولة الوصول إليه بالوسائل المناسبة على عرار الحصة الإذاعية التي ينشطها عبر أمواج إذاعة المدية التي ساهمت في تقريب المواطن من الشرطة وكسب ثقة أكبر.

جدول رقم 19 يبين العلاقة بين القائم بالإتصال والإستراتيجية الإتصالية حسب متغير السن.

المتغير	الخبرة المهنية						المجموع	
	من 20 –30		(31–40)		44 فأكثر		التكرار	النسبة
الإجابات	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	20	%100	23	%100	07	%100	50	%100
لا	0	0%	0	0%	2	%0	0	%0
المجموع	20	%100	23	100%	07	100%	50	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 100% من جميع المستويات والفئات العمرية أعطت اجابتها بنعم على وجود علاقة بين القائم بالإتصال والاستراتيجية الإتصالية.

ونسبة 40 تمثل الفئة العمرية (20–30) كانت اجابتها ايجابية بنسبة 100% والفئة العمرية التي تتراوح بين (31–40) بنسبة 46% كانت كذلك اجابتها بنعم فيما يخص وجود علاقة بنسبة 100 تأتي نسبة 14% التي تمثل الفئة العمرية الأكثر من 41 سنة وكانت اجابتهم ايجابية بنسبة 100%.

وهذا يدل على أنه القائم بالإتصال له دور كبير في اعداد الإستراتيجية الإتصالية حيث أن هناك علاقة بينهما حسب رأي المبحوثين وتكمن هذه العلاقة في كون أن القائم بالإتصال هو من يعد الإستراتيجية الإتصالية. ومن بين خططه هو التواصل مع الشركاء الإعلاميين ع طريق الريد

الإلكتروني في الخاص. بأمن ولاية المدية وإداد التقارير وتحرير الأخبار ونشرها وإرساله فهو المكلف الوحيد بهذه المهمة الإتصالية.

والإستراتيجية الإتصالية تعبر عن تفكير القائم بالإتصال ونظرته وإرتباطه بالمؤسسة.

جدول رقم 20 يبين دور القائم بالإتصال في تفعيل الإستراتيجية الإتصالية حسب متغير السن

المتغير	الخبرة المهنية						المجموع	
	من 20 –30		(31–40)		41 فأكثر		التكرار	النسبة
الإجابات	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	20	%100	23	%100	06	%85.71	49	%98
لا	0	0%	0	0%	1	%14.28	1	%2
المجموع	20	%100	23	100%	07	100%	50	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 98% من جميع الفئات العمرية أعطت إجابتها بنعم على أن القائم بالإتصال دور في تفعيل الإستراتيجية الإتصالية.

ونسبة 40% من الفئة العمرية (20–30) أعطت إجابتها بنم على دور القائم بالإتصال في تفعيل الإستراتيجية الاتصالية وبنسبة 100 أما بالنسبة إلى نسبة 46 كانت الفئة العمرية التي تتراوح ما بين 31–40 كانت اجابتهم كذلك ايجابية بنعم وبنسبة 100% وتأتي نسبة 14% في الأخير التي تمثل الفئة العمرية التي هي أكثر من 41 سنة عبروا كذلك بالإيجاب بنعم بنسبة 85.71%

وهذا ما يؤكد بالدور الفعال الذي يلعبه القائم بالإتصال في تفعيل الإستراتيجية الإتصالية.

فهو المعد والمطبق لها من خلال العديد من الوسائل التي يستخدمها التي لها فعالية على التأثير والإتصال وايصال المعلومة.

فالقائم بالإتصال له نظرة خاصة كونه مختص في مجال الإتصال والعلاقات العامة. فهو حامل للشهادة في التخصص العلاقات العامة من خلال قيامه بالتواصل مع شركاء ومع الإدارة والموظفين من أجل اعداد استراتيجيته الإتصالية المناسبة التي تعمل على تطوير لمؤسسة من خلال الندوات والإجتماعات والأبواب المفتوحة عن المؤسسة والمشاركة في عديد المحاضرات واللقاءات التي تساعده في التطوير من امكانياته وتوسيع مجال معارفه.

وبالتالي فالقائم بالإتصال هو النواة الأساسية في اعداد وتفعيل الإستراتيجية الإتصالية المنتهجة من قبل أمن ولاية المدية.

جدول رقم 21 يبين مساهمة العلاقة بين القائم بالإتصال والإستراتيجية الإتصالية في تحسين صورة المؤسسة حسب متغير السن

المتغير	الخبرة المهنية						المجموع	
الإجابات	من 20 –30		(31–40)		44 فأكثر		التكرار	النسبة
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة		
نعم	20	%100	21	%91.30	07	%100	48	%96
لا	0	0%	2	8.69%	0	%0	02	%4
أخرى تذكر	54		4		2			
المجموع	20	%100	23	100%	07	100%	50	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 96% من جميع الفئات العمرية أعطت اجابتها بالإيجاب على مساهمة العلاقة بين القائم بالإتصال والإستراتيجية الإتصالية في تحسين صورة المؤسسة أعطت الفئة العمرية التي تتراوح بين 20 و30 سنة بنسبة 100% على اجابتها بنعم على مساهمة العلاقة الموجودة ين القائم بالإتصال والاستراتيجية الاتصالية في تحسين صورة المؤسسة والفئة الثانية وهي التي تتراوح أعمارهم بيم 31 و 40 سنة أعطت اجابتهم بنعم بنسبة 91.30% أما الفئة الأخيرة وهي التي تمثل العاملين التي تكون أعمارهم أكثر من 41 سنة فقد عبروا بالإيجاب كذلك بنسبة 100% وهذا يدل على أن الاستراتيجية الإتصالية المنتهجة من قبل القائم بالإتصال تساهم في تحسين صورة المؤسسة لدى الجمهور الداخلي والخارجي.

وتعمل على تطور المؤسسة والمحافظة على سمعتها الجيدة ومكانتها المرموقة في المجتمع.

وتمكن بين أهداف الائم بالإتصال في أمن ولاية المدية العمل على اعطاء صورة جيدة عن المؤسسة الأمنية والتقرب من المواطن الذي يعتبر ذو أهمية بالغة للمؤسسة فهوية يتقرب من المؤسسة والتعامل معها وأخذ صورة ايجابية عنها عكس ما كانت عليه في سنوات سابقة حيث كانت صورتها مهتزة نوعاً ما وكان المواطن صورة غير حسنة عن الشرطة. فعمل الائم بالإتصال على تحسين هذه الصورة من خلال الإتصال الجيد والفعال.

المحور الأول : مواصفات القائم بالإتصال

الجدول رقم 6 : يبين مفهوم القائم بالإتصال في المؤسسة حسب متغير الجنس

المتغير	السن				المجموع	
	أنثى		ذكر		التكرار	النسبة
الإجابات	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
فرد يملك أفكار وأراء وقدرات	2	22.22%	12	29.26%	14	28%
فرد يملك القدرة على العملية الاتصالية بالكفاءة العالية	2	22.22%	10	24.39%	12	24%
فرد يقوم بإعداد واصدار المعلومات الى مستخدمي	3	33.33%	16	39.02%	19	38%

وسائل الإعلام						
فرد يتميز بتحفيز أهداف المؤسسة	2	%22.22	03	7.31%	5	10%
المجموع	9	%100	41	100%	50	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن 28% من الجنسين ذكور وإناث يرون أن القائم بالإتصال هو فرد يملك أفكار وقدرات على التأثير.

وكانت أعلى نسبة وقدرت ب38% وأن القائم بالإتصال هو فرد يقوم بإعداد وإصدار المعلومات غلى المستخدمين وسائل الإعلام وتمثل نسبة 33% من الإناث المشكلين للأفراد العينة 39.29% من الذكور

وهذا راجع إلى استخدام القائم بالإتصال للوسائل الإتصال في نقل المعلومات إلى الشركاء وإلى الجمهور الخارجي.

وكذلك القائم بالإتصال هو شخص يملك القدرة العالية على التأثير فمهمة الاتصال هي التأثير في الأراء والاتجاهات بكفاءة عالية وتوصيل الرسالة المرغوب فيها وتحقيق الأهداف المرجوة من هذه الرسالة فليس كل شخص مرسل يستطيع التأثير حيث أنه يجبأن يكون لديه قدرات على الإقناع والتأثير في المتلقي والقائم بالاتصال لدى أمن ولاية امدية ليس شخص عادي بل يملك العديد من الصفات التي جعلته يوضع في هذا المنصب

جدول رقم 07 : يبين مكانة القائم بالإتصال في المؤسسة حسب متغير الجنس

المتغير	السن				المجموع	
	أنثى		ذكر		التكرار	النسبة
الإجابات	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
مكانة بالغة	9	100%	32	78.04%	41	18%
مكانة متوسطة	0	%0	09	21.95%	09	18%
لا مكانة له	0	%0	0	0%	00	00%
المجموع	9	%100	41	100%	50	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 82% من الجنسين أعطت اجابتها على أن للقائم بالإتصال مكانة عالية.

وتمثل نسبة 18% من فئة الإناث المشكلين لأفراد العينة وكانت اجابتهم بالمكانة البالغة للقائم بالإتصال بنسبة 100% ونسبة الذكور التي تقدر ب 41" أجابت بها لمكانة البالغة للقائم بالإتصال بقيمة تقدر ب 78.4% و 21.95% كانت اجابتهم بالمكانة المتوسطة وهذا راجع إلى أهمية القائم بالاتصال في المؤسسة وأداء مهامه على أكمل وجه.

فأمن ولاية المدية أعطى للقائم بالاتصال مكانة بالغة لما له من أهمية في تطوير العمل الإتصالي للمؤسسة فالإتصال هو عصب كل مؤسسة خاصة في الوقت الحديث أصبح للعلاقات العامة مكانة أساسية ودور في استمرار المؤسسة والنهوض بها.

فالقائم بالإتصال هو العنصر الأساسي في العملية الإتصالية لهذا وجب الإهتمام به وتوفير الجو المناسب له من أجل اعطاء ما لديه من خبرات ومعارف.

جدول رقم08 يبين الخصائص التي تميز القائم بالإتصال عن غيره حسب متغير الجنس

المتغير	السن				المجموع	
	أنثى		ذكر		التكرار	النسبة
الإجابات	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	9	100%	38	4.92%	47	94%
لا	0	%0	03	7.31%	03	6%
لا أدري	0	%0	0	0%	00	00%
أخرى تذكر	0	%0	0	0%	0	0%
المجموع	9	%100	41	100%	50	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسب 94% من الجنسين يرون بأن للقائم بالإتصال خصائص تميزه عن غيره.

حيث كانت نسبة 100% من اجابة فئة الإناث بنعم ونسبة 92.68% من الذكر بنم كذلك وكانت الإجابة بلا تقدر بنسبة 731% وكانت من فئة الذكور حيث شكلت النسبة الكلية لإجابة بلا ب 6 فقط وهذا يدل على أن القائم بالإتصال قدرة على الإتصال والإقناع بدرجة عالية وكلك يتميز بقوة الشخصية والجاذبية هذا ما جعله ينقل منصب القائم بالإتصال فوظيفة القائم بالإتصال تتطلب شخص يتميز عن غيره في امكانياته الإتصالية فأمن ولاية المدية قام بإختيار القائم بالإتصال حسب الخبرة التي ساعدته في الإرتقاء إلى هذا المنصب وكذلك قدرته العالية على التأثير والتواصل.

ومن خلال دراسته للإتصال وللعلاقات العامة وحصوله على شهادة الماستر في هذا التخصص فالقائم بالإتصال لدى أمن ولاية المدية هو شخص متخصص في المجال ولم يختار بطريقة عشوائية.

جدول رقم 9 بين المهام التي يقوم بها القائم بالإتصال حسب متغير الخبرة المهنية

المتغير	الخبرة المهنية						المجموع	
الإجابات	أقل من 5سنوات		من 6إلى 16 سنة		من11 فما فوق		التكرار	النسبة
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
العمل على التأكد من صدق المعلومة ودقتها	01	%16.66	01	%3.84	03	16.66%	5	%01
العمل على احترام الحياة الخاص بالمواطن	01	16.66%	03	%11.53	08	44.44%	12	%24
العمل من أجل المصلحة العامة	04	66.66%	22	%84.61	07	38.88%	33	%66
المجموع	06	%100	26	100%	18	100%	50	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 66% من المبحوثين أجابوا على أن من المهام التي يقوم بها الائم بالإتصال هي العمل من أجل المصلحة العامة حسب متغير الخبرة المهنية

حيث كانت نسبة 66.66% من الفئة التي لديها خبرة أقل من 5 سنوات ترى أن مهمة القائم بالإتصال تكمن في المصلحة العامة ونسبة 84.61% من الفئة التي لديها خبرة من 6 إلى 10 سنوات أما الفئة لتي لديها خبرة من11 سنة فما فو ترى أن مهمة القائم بالإتصال تكمن في العمل عل احترام الحياة الخاصة للمواطن بنسبة 44.44% وبنسبة حول 38.88% حول العمل من أجل المصلحة العامة وهذا يدل على أن القائم بالإتصال يعمل من أجل مصلحة المؤسسة ومن أجل مصلحة المواطن بدرجة أولى.

فهو يعمل في اطار المؤسسة حسب المهام المخولة إليه وبالدرجة الأولى يعمل على خدمة المواطن وايصال المعلومة إليه وتوفير الأمن له وحماية ممتلكاته سواء المادية والفكرية ومحاربة المعلومات الكاذبة والتأكد من المعلومات المقدمة قبل نشرها.

جدول رقم 10 يبين الوسائل الإتصالية التي يستخدمها القائم بالإتصال لإيصال المعلومة عن المؤسسة للجمهور حسب متغير الخبرة المهنية.

المتغير	الخبرة المهنية						المجموع	
الإجابات	أقل من 5سنوات		من 6إلى 16 سنة		من11 فما فوق		التكرار	النسبة
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
لقاءات شخصية	02	%33.33	30	11.53%	03	16.66%	08	16%
الملصقات والإعلانات	01	16.66%	10	38.46%	06	33.33%	17	34%
اجتماعات	01	16.66%	1	3.84%	03	16.66%	05	10%
وسائط الكترونية	02	33.33%	12	46.15%	06	33.33%	20	40%
أخرى تذكر	/	/	/	/	/	/	/	/
المجموع	06	%100	26	100%	18	100%	50	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 40% من جميع فئات الخبرة المهنية يرون أن الوسائط الإلكترونية تمثل أهم وسيلة يستخدمها الائم بالإتصال في ايصال المعلومة في مؤسستهم

فكانت نسبة 33.33% من الفئة التي لديها خبرة أقل من سنوات ترى بأن الوسائط الإلكترونية واللقاءات الشخصية تمثل أهم وسيلة بنسبة متساوية أما الفئة التي لديها خبر من 6 إلى 10 سنوات كانت اجابتها بنسبة 46.5% بالوسائط الإلكترونية ثم تليها الملصقات والإعلانات بنسبة 38%

من 11 فما فوق اجابتها ب 33.3% للملصقات والإعلانات ونفس النسبة أي 33.33% للوسائط الإلكترونية

وهذا يدل على أن الوسائط الإلكترونية والملصقات والإعلانات هي أهم وسيلة يستخدمها القائم بالإتصال لإيصال المعلومة نظرا لتأثيرها البالغ سرعتها في نقل المعلومة للجمهور سواء الداخلي أو الخارجي.

فعمل القائم بالاتصال يتطلب الإعتماد على الوسائل لأنجع في نقل المعلومة وهو يختارها حسب تأثيرها

كذلك الملصقات والإعلانات أهمية بالغة في التواصل مع المحور فهي تستعمل أكثر في الحملات التحسيسية التي لها تأثير بالغ في المواطن فهي تحتوي على صور ونص غالبا والصورة تحمل دلالات كثيرة توصل الرسالة بصورة جيدة وتحدث الأثر المرغوب هذا ما جعلها معتمدة من قبل القائم بالإتصال في استراتيجية الإتصالية.

جدول رقم 11 يبين العوامل الأكثر تأثيراً على نشاط القائم بالإتصال في المؤسسة حسب متغيرات الخبرة المهنية

المتغير	الخبرة المهنية						المجموع	
الإجابات	أقل من 5سنوات		من 6إلى 16 سنة		من11 فما فوق		التكرار	النسبة
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
علاقات تحمل وضغوطات	0	%0	07	%26.92	05	%27.73	12	%24
سياسية المؤسسة ونشاطها	05	83.33%	11	%42.30	10	%55.55	26	%52
الظروف السياسية والإجتماعية في البلاد	01	16.66%	08	%30.76	03	%16.66	12	%24
أخرى تذكر	/	/	/	/	/	/	/	/
المجموع	06		26		18		50	%1100

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 52% من جميع فئات الخبرة المهنية يرون أن سياسة المؤسسة ونشاطها من أكثر العوامل تأثيراً على نشاط القائم بالإتصال في المؤسسة الأمنية ونسبة 12% من الفئة التي لديها خبرة أقل من5 سنوات يرون أن سياسة المؤسسة ونشاطها يؤثر على عمل القائم بالإتصال بنسبة 83% ونسبة 52% من الفئة التي لديها خبرة من 6 إلى 10 سنوات يرون أن

سياسة المؤسسة يؤثر على نشاطه بنسبة 42.3% ونسبة 36% من الفئة التي لديها خبرة من 11 سنة فما فوق.

ترى كذلك أن سياسة المؤسسة ونشاطها يؤثر على نشاط القائم بالإتصال بنسبة 55.55% وهذا يدل على أن السياسة المؤسسة تأثير على نشاط القائم بالإتصال حيث أنه مرتبط بسياسة المؤسسة ولا يمكن أن يجد عنها خاصة أنها مؤسسة حساسة تعمل في سرية كونها مؤسسة أمنية، كذلك الظروف السياسية والإجتماعية للبلاد تؤثر على عمله فهو يعمل في إطار بيئة المجتمع يتأثر ويؤثر.

فعندما تكون هناك ظروف خاصة في البلاد فإن القائم بالإتصال يعمل وفق هذه الظروف ويهتم بها أكثر من أجل مساعدة المؤسسة على تجاوز وحل هذه المشاكل ونشر الأمن ومحاربة الفوضى

كذلك فإن القائم بالإتصال يؤدي نشاطه حسب خصائص وظيفته.

الجدول رقم 12 يبين الصعوبات التي تواجه القائم بالإتصال في المؤسسة حسب الخبرة المهنية

المتغير	الخبرة المهنية						المجموع	
الإجابات	أقل من 5سنوات		من 6إلى 16 سنة		من11 فما فوق		التكرار	النسبة
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
عدم اتباع العاملين للأوامر	01	%16.66	07	%26.92	04	%22.22	12	%240
عدم المشاركة في اتخاذ القرار	02	33.33%	06	%23.07	03	%16.66	11	%22
انعدام ثقافة التواصل	03	50%	13	%50	11	%61.11	27	%54
المجموع	06	%100	26	100%	18	100%	50	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 54% من جميع فئات الخبرة المهنية يرون أن انعدام ثقافة التواصل عائق يواجه القائم بالإتصال في أداء مهامه

كانت نسبة 50% من الفئة التي لديها خبرة أقل من 5 سنوات اجابتها بإنعدام ثقافة اتواصل تليها عدم المشاركة في اتخاذ القرار بنسبة 33.33%

وكانت نسبة 50% من الفئة التي لديها خبرة مهنية من 6 إلى 10 سنوات اجابتها بإنعدام ثقافة التواصل تليها عدم اتباع العاملين للأوامر بنسبة 26%

أما نسبة 61.11% من الفئة التي لديها خبرة من 11 سنة فما فوق كانت اجابتها بإنعدام ثقافة التواصل

وهذا ما يدل على أن ثقافة التواصل محدودة وهذا ما يقف عائق أمام القائم بالإتصال في تأدية مهامه. وبالتالي فالرسالة الاعلامية أو المعلومة المرسلة لا تصل بشكل صحيح ولا تصل إلى كافة العمال كذلك بالنظر إلى تفاوت المستوى التعليمي للعمال لأن المستوى التعليمي له دور في عملية التواصل فجل العمال من ذوي المستوى الثانوي و انعدام تام للدكاترة في مؤسسة أمنية ذات أهمية بالغة في المجتمع.

المحور الثاني : الإستراتيجية الإتصالية المتبع من طرف القائم بالإتصال

جدول رقم 13 يبين الوسائل الإتصالية الخاصة بالمحور الداخلي والوسائل الخاصة بالمحور الخارجي حسب متغير المستوى التعليمي.

المتغير	الخبرة المهنية								المجموع	
	ثانوي		ليسانس		ماستر		دكتوراه		التكرار	النسبة
الإجابات	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	12	%48	13	76.47 %	07	87.5 %	0	0%	5	%01
لا	13	52%	04	23.52 %	01	12.5 %	0	0%	12	%24
المجموع	25	%100	17	100%	08	100%	0	0%	50	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 64% من جميع المستويات التعليمية عبرت عن أن للمحور الخارجي وسائل اتصالية خاصة به وللجمهور الداخلي وسائل خاصة به.

تمثل نسبة 25% من فئة العاملين بالمؤسسة ذوي المستوى الثانوي عبروا عن عدم وجود وسائل خاصة بكل جمهور بنسبة 2% و 48% عبروا عن وجود وسائل اتصالية خاصة بكل جمهور أما بالنسبة وكانت نسبة 34% من العاملين المتحصلين على شهادة ليسانس اجاباتهم بوجود وسائل خاصة بكل جمهور نسبة 76.4%

أما بالنسبة الى نسبة 16% فهي تمثل المتحصل على شهادة الماستر فقد عبروا عن رأيهم فيما يخص وجود وسائل خاصة بكل جمهور بنسبة 87% بنعم أي أن القائم بالإتصال يعتمد في استراتيجية الإتصالية على وسائل خاصة بالجمهور الخارجي ووسائل خاصة بالجمهور الداخلي لأن هناك اختلاف بينهما

فالجمهور الداخلي غالبا ما يستخدم معه الإجتماعات واللقاءات الشخصية أما الجمهور الخارجي فيستخدم معه الوسائط الإلكترونية أكثر بإختلاف طبيعة الجمهورين تعتمد على القائم بالإتصال استخدام وسائل مختلفة ومناسبة لكل جمهور

الجدول رقم 14 يمثل مساهمة الإستراتيجية الإتصالية المنتهجة في نقل المعلومات في المؤسسة حسب متغير المستوى التعليمي

المتغير	الخبرة المهنية								المجموع	
الإجابات	ثانوي		ليسانس		ماستر		دكتوراه		التكرار	النسبة
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة

تساهم	25	%100	12	%70.58	8	%100	0	0%	45	90 %
نوعا ما	0	0%	05	29.41%	0	%0	0	0%	05	10 %
لا تساهم	0	0%	0	%0	0	%0	0	0%	0	0%
المجموع	25	%100	17	100%	8	100%	0	100 %	50	100 %

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 90% من جميع المستويات التعليمية عبرت عن مساهمة الإستراتيجية الإتصالية المنتهجة في نقل المعلومات.

ل وكانت 100% من العاملين ذوي المستوى الثانوي أكد على مساهمة الإستراتيجية الإتصالية في نقل المعلومات

ونسبة 70.58% من العاملين المتحصلين على شهادة ليسانس كانت اجابتهم تساهم 29.49% نوعا ما.

ونسبة 100% من المتحصلين على شهادة الماستر اكدوا على مساهمة الاستراتيجية الاتصالية في نقل المعلومات بصورة سلسلة وجيدو وبدة وفي وقت وجيز.

فنقل المعلومة لا يكون بطريقة غير زمنية عشوائية بل بطريقة مدروسة مخطط لها كي تصل دون نقص أو تشويش.

فطبيعة المؤسسة الأمنية تستجوب نقل المعلومة بسرعة وبدقة دون حدوث خطأ قد يحدث مشاكل تحول دون عمل المؤسسة فالقائم بالاتصال لدى أمن ولاية المدية يعمل على نقل المعلومة بسلامة

وبالوسائل الحديثة المتطورة على غرار الوسائط الإلكترونية سواء مع الجمهور الداخلي أو الجمهور الخارجي.

جدول رقم 15 يبين مدى اشتراك كافة الموظفين في اعداد الاستراتيجية الاتصالية حسب متغير المستوى التعليمي

المتغير	الخبرة المهنية								المجموع	
	ثانوي		ليسانس		ماستر		دكتوراه			
الإجابات	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	24	%96	13	%76.47	06	%87.5	0	0%	43	%86
لا	01	04%	04	23.52%	2	%25	0	0%	07	%14
المجموع	25	%100	17	100%	8	100%	0	100 %	50	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 86% من جميع فئات المستوى التعليمي يرون أنه يتم اشراك كافة الموفين في اعداد الاستراتيجة الاتصالية

ونسبة 52% من ذوي المستوى التعليمي أجابت بنعم بنسبة 96% ونسبة 34% من المتحصلين على شهادة ليسانس أجابت بنعم بنسبة 76.47% أما بالنسبة للمتحصلين على شهادة الماستر هي 16% اجابوا بنعم بنسبة 75.5% و 14% من جميع الفئات المستوى التعليمي نمو اشراك كافة الموظفين

في اعداد الإستراتيجية الاتصالية وهذا ما يوضح أن الاستراتيجية الاتصالية تكون محل تشاور واشراك كافة الأراء في اعدادها وليس فقط القائم بالاتصال الذي يمثل الحلقة الأساسية في العملية الاتصالية.

فتنوع الأفكار والأراء ساعد في زيادة المعلومة وتبادل المعارف ومن ثمة اعداد استراتيجية اتصالي شاملة لكافة جوانب ومهمة العمل والتقليل من التغيرات ومعالجة العراقيل.

وهذه تعد استراتيجية منتهجة من قبل القائم بالاتصال حيث أنه يحاول اشراك كافة العمال منن أجل تزويده بالمعلومة وتوجيهه خاصة من ذوي الخبرة الطويلة في مجال عمل الشرطة.

جدول رقم 16 يبين أهمية الاستراتيجية الاتصالية في سير ونجاح المؤسسة حسب متغسر المستوى التعليمي

المتغير	الخبرة المهنية								المجموع	
الإجابات	ثانوي		ليسانس		ماستر		دكتوراه		التكرار	النسبة
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
نعم	25	%100	16	%94.11	08	%100	0	0%	49	%98
لا	0	0%	01	5.88%	0	%0	0	0%	01	02%

المجموع	25	%100	17	100%	8	100%	0	100%	50	100 %

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 98% من جميع فئات المستوى التعليمي يرون أنه للإستراتيجية الإتصالية أهمية بالغة في سير ونجاح المؤسسة.

ونسبة 56% من ذوي المستوى الثانوي أجابت بنعم بنسبة 100% ونسبة 34% من المتحصلين على شهادة ليسانس أجابوا بنعم بنسبة 94.11% وأما بالنسبة للمتحصلين على شهادة ماستر أجابوا بنعم بنسبة 100% وهذا ما يؤكد على أن الاستراتيجية المعدات من قبل القائم بالإتصال أهمية في نجاح المؤسسة والسير بها للتقدم فهي توضح معالم عمل المؤسسة.

فالاستراتيجية الإتصالية ساعدت القائم بالإتصال في تطوير المؤسسة من خلال المخطط التي وضعها والتي رأى بأنها مناسبة وكذلك ساعدت المؤسسة في التقرب من المواطن وكسب وده وثقته حيث أصبح يتعاون مع المؤسسة وسهل من عمل الشرطي وذلك من خلال الإبلاغ عن التجاوزات وعن الجرائم والمجرمين، في سرية تامة وهذه الإستراتيجية طمأنت المواطنين من خلال الإتصال بالرقم المخصص والحفاظ على المعلومات الشخصية الخاصة بالمواطن في سرية.

وهذا حسب الائم بالإتصال ساهم في نجاح المؤسسة والحفاظ على مكانتها المرموقة في المجتمع.

ل جدول رقم 17 يبين اعتماد الاستراتيجية الاتصالية على الاتصال الرسمي في المؤسسة حسب متغير المستوى التعليمي

المتغير	الخبرة المهنية								المجموع	
	ثانوي		ليسانس		ماستر		دكتوراه		التكرار	النسبة
الإجابات	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
نعم	15	%60	15	%88.23	04	%50	0	0%	34	68%
لا	10	40%	02	11.76%	04	%50	0	0%	16	%32
المجموع	25	%100	17	100%	8	100%	0	100%	50	100 %

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 68% من جميع فئات المستوى التعليمي يرون أن الاستراتيجية الاتصالية تعتمد على الاتصال الرسمي بدرجة أولى

ونسبة 50% من ذوي المستوى الثانوي أجابت بنعم بنسبة 60% و 40% اجابت بلا

ونسبة 34% من المتحصلين على شهادة ليسانس اجابوا بنعم بنسبة 88.23% وأما فئة المتحصلين على شهادة الماستر أجابوا بنعم نسبة 50% ونفس النسبة 52% بلا.

وهذا ما يشير إلى أن المؤسسة تعتمد على الاتصال الرسمي أكثر خاصة وأنها مؤسسة أمنية حساسة فكل العلاقات تكون رسمية موثقة.

فالاتصال الرسمي يساعد على نقل المعلومة بصورة أحسن ويجعل العاملين يحملون في جو يسوده الثقة وفي نام من أجل تجنب أي مشاكل أو كره قبل تحول دون العمل الجيد والقائم بالاتصال يعمل نشر ثقافة الاتصال الرسمي فطابع المؤسسة يتطلب ذلك ولأهمية البالغة كذلك.

في حين أنه هناك من المبحوثين يرون أن الاستراتيجية الاتصالية المنتهجة لا تعتمد على الاتصال الرسمي بل على الاتصال غير الرسمي وهذا حسب تعاملهم مع الإدارة والقائم بالإتصال.

جدول رقم 18 يبين عوائق تطبيق فعال للإستراتيجية الإتصالية حسب متغير المستوى التعليمي

المتغير	الخبرة المهنية								المجموع	
الإجابات	ثانوي		ليسانس		ماستر		دكتوراه		التكرار	النسبة
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
نعم	0	%0	1	%5.88	8	%100	0	0%	9	%18
لا	25	100%	16	94.11%	0	0%	0	0%	41	%82
أخرى	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
المجموع	25	%100	17	100%	8	100%	0	100%	50	100 %

يتضح لنا من الجدول أعلاه أن نسبة 82% من جميع فئات المستوى التعليمي يرون أن لا توجد عوائق تحول دون تطبيق فعال للإستراتيجية الإتصالية

تمثل نسبة 50% من فئة المستوى الثانوي عبروا عن عدم وجود عوائق بنسبة 100% أما بالنسبة لنسبة 34% فهي تمثل الفئة المتحصلة على شهادة ليسانس فقد عبروا عن رأيهم بعدم وجود عوائق بنسبة 94.15% ونسب 16% فهي تمثل فئة الماستر فكانت الإجابة بعدم وجود عوائق بنسبة

100% وهذا يدل على أنه القائم بالإتصال بعمل في جو ملائم دون وجود أي عوائق وهذا ما يساعد على أداء مهامه بصورة جيدة وإيصال المعلومة دون عائق

وحسب القائم بالإتصال فإن مؤسسة أمن ولاية المدية هيأت كافة الظروف للعمل الجيد ووفرت كافة الوسائل الإتصالية والإعلامية له وهذا ما ساعده في ايصال المعلومة ونقلها بسلامة وبصورة جيدة. بإستثناء بعض العوائق التي تتمثل في عدم فهم المواطن بعمل الشرطة وليس كافة المواطنين القلة حسب رئيس المصلحة لكنه يعمل على إزالة هذا العائق عن طريق التقرب من المواطن والتعامل معه بطريقة لينة ومحاولة الوصول إليه بالوسائل المناسبة على عرار الحصة الإذاعية التي ينشطها عبر أمواج إذاعة المدية التي ساهمت في تقريب المواطن من الشرطة وكسب ثقة أكبر.

جدول رقم 19 يبين العلاقة بين القائم بالإتصال والإستراتيجية الإتصالية حسب متغير السن.

المتغير	الخبرة المهنية						المجموع	
	من 20 –30		(31–40)		44 فأكثر		التكرار	النسبة
الإجابات	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	20	%100	23	%100	07	%100	50	%100
لا	0	0%	0	0%	2	%0	0	%0
المجموع	20	%100	23	100%	07	100%	50	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 100% من جميع المستويات والفئات العمرية أعطت اجابتها بنعم على وجود علاقة بين القائم بالإتصال والاستراتيجية الإتصالية.

ونسبة 40 تمثل الفئة العمرية (20–30) كانت اجابتها ايجابية بنسبة 100% والفئة العمرية التي تتراوح بين (31–40) بنسبة 46% كانت كذلك اجابتها بنعم فيما يخص وجود علاقة بنسبة 100 تأتي نسبة 14% التي تمثل الفئة العمرية الأكثر من 41 سنة وكانت اجابتهم ايجابية بنسبة 100%.

وهذا يدل على أنه القائم بالإتصال له دور كبير في اعداد الإستراتيجية الإتصالية حيث أن هناك علاقة بينهما حسب رأي المبحوثين وتكمن هذه العلاقة في كون أن القائم بالإتصال هو من يعد الإستراتيجية الإتصالية. ومن بين خططه هو التواصل مع الشركاء الإعلاميين ع طريق الريد الإلكتروني في الخاص. بأمن ولاية المدية وإداد التقارير وتحرير الأخبار ونشرها وإرساله فهو المكلف الوحيد بهذه المهمة الإتصالية.

والإستراتيجية الإتصالية تعبر عن تفكير القائم بالإتصال ونظرته وإرتباطه بالمؤسسة.

جدول رقم 20 يبين دور القائم بالإتصال في تفعيل الإستراتيجية الإتصالية حسب متغير السن

المتغير	الخبرة المهنية						المجموع	
	من 20 –30		(31–40)		41 فأكثر			
الإجابات	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	20	%100	23	%100	06	%85.71	49	%98
لا	0	0%	0	0%	1	%14.28	1	%2
المجموع	20	%100	23	100%	07	100%	50	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 98% من جميع الفئات العمرية أعطت إجابتها بنعم على أن القائم بالإتصال دور في تفعيل الإستراتيجية الإتصالية.

ونسبة 40% من الفئة العمرية (20-30) أعطت إجابتها بنم على دور القائم بالإتصال في تفعيل الإستراتيجية الاتصالية وبنسبة 100 أما بالنسبة إلى نسبة 46 كانت الفئة العمرية التي تتراوح ما بين 31-40 كانت اجابتهم كذلك ايجابية بنعم وبنسبة 100% وتأتي نسبة 14% في الأخير التي تمثل الفئة العمرية التي هي أكثر من 41 سنة عبروا كذلك بالإيجاب بنعم بنسبة 85.71%

وهذا ما يؤكد بالدور الفعال الذي يلعبه القائم بالإتصال في تفعيل الإستراتيجية الإتصالية.

فهو المعد والمطبق لها من خلال العديد من الوسائل التي يستخدمها التي لها فعالية على التأثير والإتصال وايصال المعلومة.

فالقائم بالإتصال له نظرة خاصة كونه مختص في مجال الإتصال والعلاقات العامة. فهو حامل للشهادة في التخصص العلاقات العامة من خلال قيامه بالتواصل مع شركاء ومع الإدارة والموظفين من أجل اعداد استراتيجيته الإتصالية المناسبة التي تعمل على تطوير لمؤسسة من خلال الندوات والإجتماعات والأبواب المفتوحة عن المؤسسة والمشاركة في عديد المحاضرات واللقاءات التي تساعده في التطوير من امكانياته وتوسيع مجال معارفه.

وبالتالي فالقائم بالإتصال هو النواة الأساسية في اعداد وتفعيل الإستراتيجية الإتصالية المنتهجة من قبل أمن ولاية المدية.

/ جدول رقم 21 يبين مساهمة العلاقة بين القائم بالإتصال والإستراتيجية الإتصالية في تحسين صورة المؤسسة حسب متغير السن

المتغير	الخبرة المهنية						المجموع	
	من 20 –30		(31–40)		44 فأكثر		التكرار	النسبة
الإجابات	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة		
نعم	20	%100	21	%91.30	07	%100	48	%96
لا	0	0%	2	8.69%	0	%0	02	%4
أخرى تذكر	54		4		2			
المجموع	20	%100	23	100%	07	100%	50	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 96% من جميع الفئات العمرية أعطت اجابتها بالإيجاب على مساهمة العلاقة بين القائم بالإتصال والإستراتيجية الإتصالية في تحسين صورة المؤسسة أعطت الفئة العمرية التي تتراوح بين 20 و30 سنة بنسبة 100% على اجابتها بنعم على مساهمة العلاقة الموجودة ين القائم بالإتصال والاستراتيجية الاتصالية في تحسين صورة المؤسسة والفئة الثانية وهي التي تتراوح أعمارهم بيم 31 و 40 سنة أعطت اجابتهم بنعم بنسبة 91.30% أما الفئة الأخيرة وهي التي تمثل العاملين التي تكون أعمارهم أكثر من 41 سنة فقد عبروا بالإيجاب كذلك بنسبة 100% وهذا يدل على أن الاستراتيجية الإتصالية المنتهجة من قبل القائم بالإتصال تساهم في تحسين صورة المؤسسة لدى الجمهور الداخلي والخارجي.

وتعمل على تطور المؤسسة والمحافظة على سمعتها الجيدة ومكانتها المرموقة في المجتمع.

وتمكن بين أهداف الائم بالإتصال في أمن ولاية المدية العمل على اعطاء صورة جيدة عن المؤسسة الأمنية والتقرب من المواطن الذي يعتبر ذو أهمية بالغة للمؤسسة فهوية يتقرب من المؤسسة والتعامل معها وأخذ صورة ايجابية عنها عكس ما كانت عليه في سنوات سابقة حيث كانت صورتها مهتزة نوعاً

ما وكان المواطن صورة غير حسنة عن الشرطة. فعمل الائم بالإتصال على تحسين هذه الصورة من خلال الإتصال الجيد والفعال.

نتائج الدراسة

1. يتضح لنا من خلال الدراسة التي قمنا بها حول القائم بالاتصال لمؤسسة أمن ولاية المدية ، انه شخص يملك آراء وأفكار وقدرات عالية على التأثير و على العملية الاتصالية وذو كفاءة عالية وان للقائم بالاتصال مكانة بالغة في المؤسسة لماله من أهمية في تطوير العمل الاتصالي وهو يملك خصائص تميزه عن غيره على غرار التأثير و الإقناع وذو شخصية قوية وحضور بارز كذلك القائم بالاتصال يعمل من اجل المصلحة العامة حسب سياسة المؤسسة ويعمل على نقل المعلومة والتأكد من مصداقيتها ، كذلك احترام الحياة الخاصة للمواطنين باستخدام عديد الوسائل الاتصالية الحديثة على غرار الوسائط الالكترونية و الإعلانات التي ساهمت في نقل المعلومة و تسهيل عمله ، وهناك العديد من العوامل التي تؤثر على نشاطه فسياسة المؤسسة ونشاطها عامل مؤثر ، كذلك الظروف السياسية و الاجتماعية في البلاد ، ويواجه القائم بالاتصال لدى امن ولاية المدية بعض الصعوبات في أداء مهامه على غرار نقص في ثقافة التواصل التي تعد عامل مهم في العملية الاتصالية .

2ـ الإستراتيجية الاتصالية المتبعة من قبل القائم بالاتصال لمؤسسة أمن ولاية المدية تعتمد على وسائل اتصالية متنوعة حسب نوع الجمهور و هذا ما ساهم في نقل المعلومات بطريقة سلسة و سريعة و جيدة وبطريقة مدروسة و مخطط لها من قبل القائم بالاتصال ، كذلك تعتمد الإستراتيجية الاتصالية للقائم بالاتصال لدى امن ولاية المدية على كافة الموظفين والعمال عن طريق إشراكهم و الأخذ برأيهم في عديد المواضيع وليست مقتصرة فقط على القائم بالاتصال .

وبالتالي فالإستراتيجية الاتصالية ذات أهمية بالغة في سير ونجاح المؤسسة الأمنية ،فهي تعمل على تحسين صورة المؤسسة لدى الجمهور الداخلي والخارجي على حد سواء ، ويعتمد القائم بالاتصال في

إستراتيجيته المنتهجة على الاتصال الرسمي أكثر بحكم أن المؤسسة أمنية ذات حساسية فالعلاقات تكون رسمية ، أما بالنسبة للعوائق التي يتلقاها القائم بالاتصال فهي محدودة تتعلق فقط بعدم فهم المواطن لعمل الشرطي أحيانا فالمؤسسة الأمنية وفرت كافة الوسائل لنجاح الإستراتيجية الاتصالية .

3ـ هناك علاقة بين القائم بالاتصال و الإستراتيجية الاتصالية فهو يعتبر المعد والمخطط و المطبق لها حسب ما يراه مناسبا للمؤسسة فله دور فعال في تفعيل هذه الإستراتيجية و العلاقة بين القائم بالاتصال و الإستراتيجية الاتصالية ساهمت في تحسين صورة المؤسسة الأمنية وقربت المواطن منها وكسب ثقته .

الاستنتاجات العامة :

1ـ المعرفة الكافية والإحاطة الشاملة بمفهوم القائم بالاتصال والنشاط الذي يقوم به داخل المؤسسة لأهميته البالغة في نجاح و تسيير المؤسسة .

2ـ الدراية الكاملة بما تمثله الإستراتيجية الاتصالية داخل المؤسسة في تسيير العمل وتطبيق النظام و مساهمتها الفعالة في نجاح امن ولاية المدية .

3ـ التواصل الحاصل بين القائم بالاتصال والإستراتيجية الاتصالية في نظام تقييم المهام للمساهمة في الإبقاء على مكانة المؤسسة .

4ـ إن علاقة القائم بالاتصال و الإستراتيجية الاتصالية تؤدي إلى المساهمة في تقديم الأفضل للمؤسسة و الحفاظ على مكانتها .

5ـ اعتماد المؤسسة على التنويع في وسائل الاتصال المستخدمة الخاصة بالجمهور الداخلي و الخارجي حسب ما تقتضيه ظروف العمل .

6ـ رغم مساهمة هذه العلاقة بين القائم بالاتصال و الإستراتيجية الاتصالية في تسير المؤسسة,لكنها تواجه بعض العراقيل, لكن امن ولاية المدية تعمل بكل جهدها لتفادي أي عراقيل

7 ـ المعاملة الجيدة لنا من قبل الموظفين في المؤسسة أثناء فترة بحثنا ترك انطباع ايجابي في نفوسنا

خاتمة :

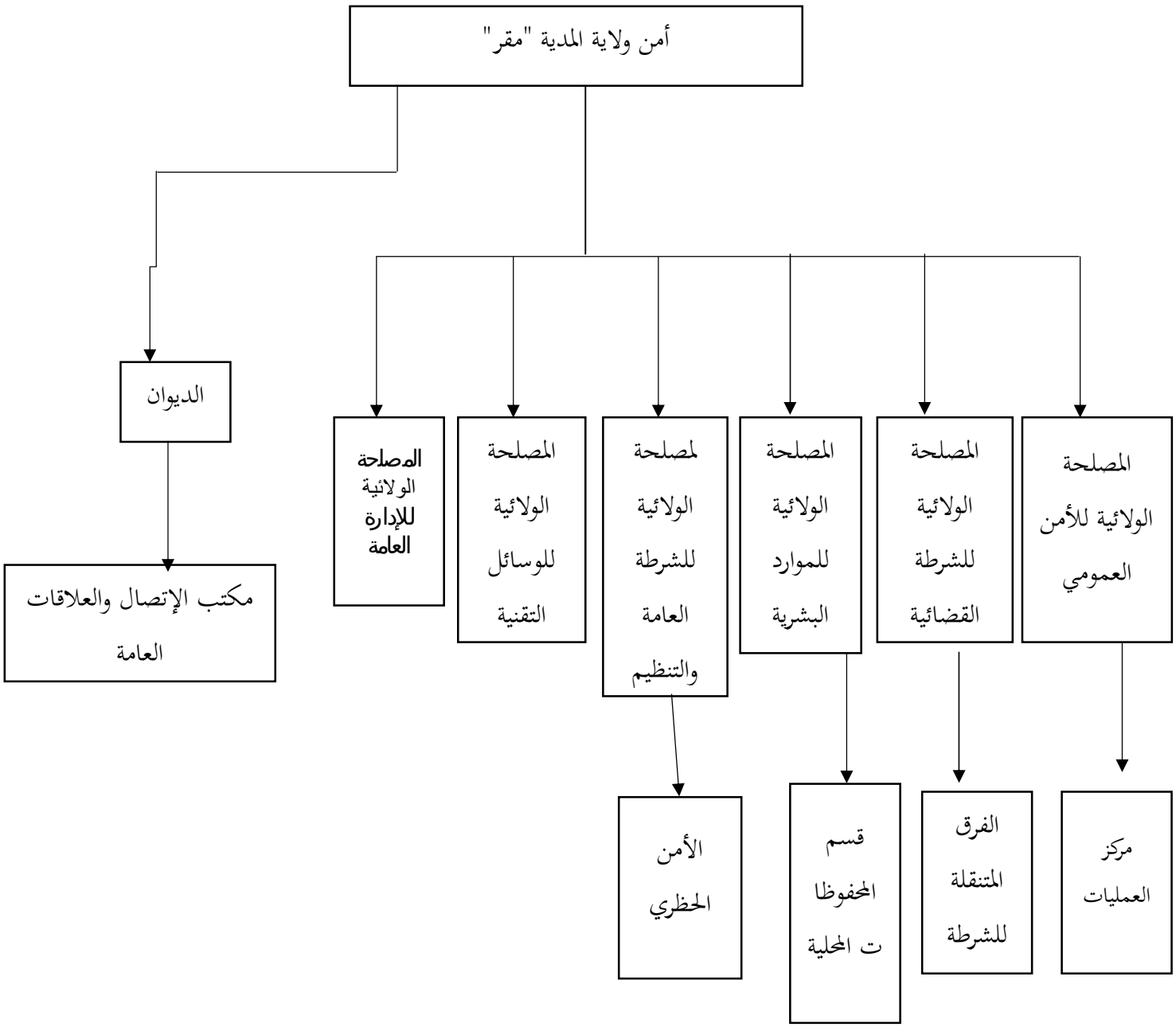
يعد مجال الإعلام و الاتصال مهم جدا لمؤسسة أمنية تعمل على التواصل الجيد مع جمهورها و الحفاظ على صورتها الجيدة لديهم .

والإعلام من القطاعات الحديثة في العالم ككل لما له من دور كبير في تحقيق تطور المؤسسات وذلك من خلال إعلام شامل و موضوعي تستخدم فيه احدث الوسائل التي تساعد على إيصال الرسالة بصورة جيدة وسلسة ، خاصة إذا ما تعلق الأمر بمؤسسة أمنية التي تعتبر النواة الأساسية لإرساء الأمن والنظام العام و محاربة الفوضى ، وذلك من خلال توفير الجو المناسب والوسائل المناسبة للقائم بالاتصال في تطبيق استراتيجيته الاتصالية التي تساعد المؤسسة و تطور من مستواها .

وعليه قد اهتم القائم بالاتصال لدى أمن ولاية المدية على الاتصال بنوعيه ، فالاتصال الداخلي يساعد ويهدف إلى التعبير الفعال والجيد للعمل الأمني وتنمية العلاقات العامة مما يحفز الموظفين على أداء مهامهم بصورة كاملة .

كذلك اهتم الاتصال الخارجي الذي له أهمية في تحسين صورة المؤسسة لدى الجمهور الخارجي ، وذلك من خلال معرفة حاجاتهم والسماع لشكاويهم وانشغالاتهم وإيصالها إلى الإدارة ، فهو بمثابة همزة وصل بين الأفراد والإدارة وهذا ضمن الإستراتيجية الاتصالية .

مما سبق نستنتج أن للقائم بالاتصال دور فعال في تفعيل الإستراتيجية الاتصالية لدى أمن ولاية المدية لهذا وجب على المؤسسة الاهتمام به وتلبية رغباته التي تعمل على تطوير المؤسسة الأمنية و الرقي بها ، في ظل التطور الكبير في مجال الإعلام والاتصال .


أمن ولاية المدية "مقر"
الديوان
مكتب الإتصال والعلاقات العامة
المصلحة الولائية للإدارة العامة
المصلحة الولائية للوسائل التقنية
لمصلحة الولائية للشرطة العامة والتنظيم
المصلحة الولائية للموارد البشرية
المصلحة الولائية للشرطة القضائية
المصلحة الولائية للأمن العمومي
الأمن الحظري
قسم المحفوظا ت المحلية
الفرق المتنقلة للشرطة
مركز العمليات

جامعة يحي فارس المدية

كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية

قسم علوم الإعلام والإتصال

دور القائم بالإتصال في تفعيل الإستراتيجية الإتصالية في المؤسسة الأمنية الجزائرية دراسة حالة لأمن ولاية المدية

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والإتصال

تخصص : اتصال وعلاقات عامة

في إطار تحضير لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والإتصال نضع بين أيديكم الإستمارة ونرجو منكم المساهمة في إتمام هذا البحث العلمي بالإجابة على الأسئلة الموجودة في هذه الإستمارة بكل موضوعية، وذلك بوضع علامة (X) أمام الإجابة المختارة ونتعهد بالمحافظة على سرية المعلومات وعدم استخدامها إلا لأغراض البحث العلمي، مع جزيل الشكر والتقدير.

من إعداد :

- حمزاوي كريمة — الأستاذ المشرف
- زرايقي أسماء — تواتي رضوان

السنة الدراسية : 2019/2018

البيانات الشخصية

الجنس

ذكر ☐ أنثى ☐

السن

من 20 إلى 30 سنة ☐

من 31 إلى 40 سنة ☐

من 41 فأكثر ☐

- **المستوى التعليمي**

ثانوي ☐

ليسانس ☐

ماستر ☐

دكتوراه ☐

- **الخبرة المهنية**

أقل من 5 سنوات ☐

من 6 إلى 10 سنوات ☐

من 11 سنة فما فوق ☐

المحور الأول : دور مواصفات القائمة بالإتصال

1- ما مفهوم القائم الإتصال في مؤسستكم؟

- فرد يملك أفكار وأراء وقدرات على التأثير ☐
- فرد يتمتع بالقدرة على العملية الإتصالية بالكفاءة العالية ☐
- فرد يقوم بإعداد وإصدار المعلومات إلى مستخدمي وسائل الإعلام ☐
- فرد يتميز بتحفيز أهداف المؤسسة ☐

2- ماهي مكانة القائم بالإتصال في مؤسستكم؟

مكانة بالغة ☐

مكانة متوسطة ☐

لا مكانة له ☐

3- هل للقائم بالإتصال خصائص تميزه عن غيره؟

نعم ☐ لا ☐ لا أدري ☐

4- ما هي المهام التي يقوم بها القائم بالإتصال؟

- العمل على التأكد من صدق المعلومة ودقتها ☐
- العمل على احترام الحياة الخاصة بالمواطن ☐
- العمل من أجل المصلحة العامة ☐

5- ما هي الوسائل الإتصالية التي يستخدمها القائم بالإتصال لإيصال المعلومة عن المؤسسة للجمهور

- لقاءات شخصية ☐
- الملصقات والإعلانات ☐
- اجتماعات ☐
- وسائط إلكترونية ☐

- أخرى تذكر ☐

6- ماهي العوامل الأكثر تأثيراً على النشاط القائم بالإتصال في مؤسستكم؟

- علاقات العمل وضغوطه ☐
- سياسة المؤسسة ونشاطها ☐
- الظروف السياسية والإجتماعية في البلاد ☐
- أخرى تذكر ☐

7- ما هي الصعوبات التي تواجه القائم بالإتصال في مؤسستكم؟

- عدم إتباع العاملين للأوامر ☐
- عدم المشاركة في اتخاذ القرار ☐
- انعدام ثقافة التواصل ☐
- أخرى تذكر ☐

/ المحور الثاني : الإستراتيجية الإتصالية المتبعة من طرف القائم بالإتصال

8- هل هناك وسائل اتصالية خاصة بالمحور الداخلي ووسائل خاصة بالجمهور الخارجي؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت إجابتك بنعم فما هي هذه الوسائل حسب نوع الجمهور؟.....

9- هل تساهم الإستراتيجية الإتصالية المنتهجة في نقل المعلومات بطريقة سلسة

تساهم ☐ نوعا ما ☐ لا تساهم هل اشتراك ☐

10- هل اشتراك كل الموظفين في إعلان الإستراتيجية الإتصالية؟

نعم ☐ لا ☐

11- هل الإستراتيجية الإتصالية أهمية في سير ونجاح مؤسستكم؟

نعم ☐ لا ☐

12- هل تعتمد الإستراتيجية الإتصالية على الإتصال الرسمي أكثر في مؤسستكم؟

نعم ☐ لا ☐

13- هل هناك عوائق تحول دون تطبيق فعال الإستراتيجية الإتصالية؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت إجابتك بنعم أذكر أهم هذه العوائق

.....

14- هل هناك علاقة بين القائم بالإتصال والإستراتيجية الإتصالية في مؤسستكم؟

نعم ☐ لا ☐

15- هل للقائم بالإتصال دور فعال في تفعيل الإستراتيجية الإتصالية داخل مؤسستكم؟

نعم ☐ لا ☐

16- هل تساهم العلاقة بين القائم بالإتصال والإستراتيجية الإتصالية في نجاح صورة المؤسسة؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت اجابتك بنعم كيف يتم ذلك؟.....

قائمة المصادر والمراجع

1- أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2003

2- بسام عبد الرحمان المشاقبة، الإعلام الأمني، دار أسامة للنشر والتوزيع الطبعة الأولى، الأردن، 2012

3- جاسم خليل الإعلام الأمني، مركز الكتابللنشر، الطبعة1، 2006

4- حمدي شعبان، الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث أكادمية الرطة القاهرة، 1987

5- ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي الغتصال والعلاقات العامة دار لصفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2005

6- ربحي مصطفى عليان عثمان محمد قيم مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان الطبعة الأولى 2000

7- راسم محمد الجمال، خيرت معوض إدارة العلاقات العامة، المدخل الإستراتيجي الدار المصرية اللبنانية ط1، 2005

8- صالح خليل أبو أصبع، العلاقات العامة والإتصال الإنساني، دار الشروق الطبة الأولى، 1998

9- عطا الله أحمد شاكر إدارة المؤسسات الإعلامية دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن عمان، الطبعة الأولى 2011

10- عصام سليمان الموسى المدخل في الإتصال الجماهيري، جامعة اليرموك كلية الإعلام إربد، الأردن، ط8، 2015

11- عودة سليمان، اساسيات البحث العلمي في التربية واعلوم الإنسانية

12- عوض محمد أحمد، الإدارة الإستراتيجية وأسس عملية، الدار الجامعية للنشر 2000

13- فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة أسس ومبادئ لبحث العلمي مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية ط1، 2002

14- كامل فورشيد مراد الإتصال الجماهيري والإعلام دار المسيرة للنشر والتوزيع ط1 2011

15- محمد منير حجاب، نظريات الإتصال دار الفجر للنشر والتوزيع الكبعة الأولى 2010

16- منال هلال المزاهرة، نظريات الإتصال دار المسيرة للنشر والتوزيع الطبعة الأولى 2012

17- مي العبد الله نظريات الإتصال، دار المسيرة للنشر والتوزي ط1، 2012

18- محمد منير حجاب نظريات الإعلام واتجاهات التأثير علم الكتب ط3، 2004

19- مصطفى صلاح القوالن علم الإجتماع، المفهوم، الموضوع، المنهج دار الفكر العربي، القاهرة 1980

20- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ترجمة يوزيد محرايو وآخرون، دار القصبة الجزائر 2006

21- محمد منير حجاب المعجم الإعلامي دار الفجر للنشر والتوزيع ط1 2004

22- مصطفى حجازي الإتصال الفعال والعلاقات الإنسانية الإدارية دار الطبيعية بيروت، 1982

23- محمود قظام السرحان الإعلام الأمني والشباب جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية المملكة العربية السعودية 2001

24- موسى خليل الإدارة المعاصرة المبادئ، الوظائف، الممارسة، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى

25- محمود سلمان العميان، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال الطبعة الثانية، عمان، دار وائل للنشر 2004

26- محمد فريد الصحن، سعيد محمد المصري، إدارة الأعمال الإسكندرية الدار الجامعية للطبع والنشر والتوزيع 1998

27- ناصر دادي عدون، الإتصال ودوره في كفاءة الأداء التنظيمي الطبعة الثانية المؤسسة الجامعية للنشر الجزائر 2000

ا الرسائل الجامعية :

1- بن قيط الجودي، استراتيجية الإتصال للإدارة الإستشفائية الجزائرية ، رسالة ماجيستر في علوم الإعلام والإتصال ،جامعة الجزائر3، 2011 – 2012

2- عبد الله آدم حمد محمد ،القائمون بالإتصال في العلاقات العامة ومعايير الأداء المهني وسالة دكتوراه في الإعلام جامعة السودان والتكنولوجيا 2011 – 2015

3- عادل فهمي البيومي ،البرامج الدينية في التلفزيون المصري ودورها في التثقيف الديني للشباب رسالة ماجيستر جامعة القاهرة كلية الإعلام 199

4- عيسى بوكرموش ،استراتيجية الإتصال في الحملات الإعلامية ،رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجيستر في علوم الإعلام والإتصال ،جامعة الجزائر 3، 2012/ 2013

5- فلاح سلامة حسن الصفدي، استخدامات القائم بالإتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الإجتماعي والإشباعات المحققة، رسالة ماجيستر في الصحافة، الجامعة الإسلامية ،غزة ،1436م، 2015م

أ المجالات :

- مجلة مصر من الشعب الأمريكي استراتيجيات الإتصال الداخلي والخارجي
- الإتصال الإستراتيجي دليل المنظمات غير الربحية الناشئة 2013. برنامج تعزيز وتطوير المجتمع المدني

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
1	يوضح وسائل الاتصال الداخلي لأمن ولاية المدية.....	57
2	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.....	59
3	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.....	60
4	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.....	61
5	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية.....	62
6	يوضح مفهوم القائم بالاتصال في المؤسسة.....	63
7	يوضح أهمية القائم بالاتصال.....	64
8	يوضح خصائص القائم بالاتصال.....	66
9	يوضح مسؤوليات القائم بالاتصال.....	67
10	يوضح الوسائل الاتصالية التي يستخدمها القائم بالاتصال.....	68
11	يوضح العوامل التي تؤثر على نشاط القائم بالاتصال.....	70
12	يوضح الصعوبات التي تواجه القائم بالاتصال.....	72
13	يوضح الوسائل الاتصالية الخاصة بالجمهور الداخلي والوسائل الخاصة بالجمهور الخارجي.....	73
14	يوضح مساهمة الاستراتيجية الاتصالية المنتهجة في نقل المعلومات.....	74
15	يوضح مدى إشراك كافة الموظفين في إعداد الاستراتيجية الاتصالية.....	77
16	يوضح أهمية الاستراتيجية الاتصالية في سير ونجاح المؤسسة.....	78
17	يوضح اعتماد الاستراتيجية الاتصالية على الاتصال الرسمي.....	79
18	يوضح عوائق تطبيق الاستراتيجية الاتصالية.....	81
19	يوضح العلاقة بين القائم بالاتصال والاستراتيجية الاتصالية.....	82
20	يوضح دور القائم بالاتصال في تفعيل الاستراتيجية الاتصالية.....	83
21	يوضح مساهمة العلاقة بين القائم بالاتصال والاستراتيجية الاتصالية.....	85

الفهرس العام :

كلمة شكر

إهداء

خطة البحث

مقدمة

الإطار المنهجي

إشكالية الدراسة 2

تساؤلات الدراسة.....3

أسباب اختيار الموضوع 3

أهمية الدراسة 4

أهداف الدراسة..... .4

منهج الدراسة.....6

أدوات الدراسة.....6

مجتمع الدراسة.....8

عينة الدراسة.....9

الحدود الزمكانية للدراسة 10

تحديد المصطلحات.....11

الدراسات السابقة 15

صعوبات الدراسة.....20

الإطار النظري للدراسة 21

تمهيد.....22
المبحث الأول: مدخل إلى القائم بالاتصال 23
المطلب الأول : مفهوم القائم بالاتصال 23
المطلب الثاني : خصائص القائم بالاتصال.....25
المطلب الثالث : الشروط الواجب توفرها في القائم بالاتصال 32
المطلب الرابع : العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال 33
المطلب الخامس : دور و مسؤوليات القائم بالاتصال 35
المطلب السادس : أهداف القائم بالاتصال.....38
تمهيد.....39
المبحث الثاني : مدخل إلى الإستراتيجية الاتصالية.....40
المطلب الأول : مفهوم الإستراتيجية الاتصالية.....40
المطلب الثاني : مراحل اعداد الاستراتيجية الاتصالية.....41
المطلب الثالث : أنواع الاستراتيجية الاتصالية 44
المطلب الرابع : مبادىء التخطيط للإستراتيجية الاتصالية.....46
المطلب الخامس : معوقاتال لإستراتيجية الاتصالية.....49
الإطار التطبيقي.....52
المبحث الأول : تقديم أمن ولاية المدية.....53
المطلب الأول : بطاقة فنية عن أمن ولاية المدية.....53
المطلب الثاني : نشاطات وأهداف أمن ولاية المدية.....54
المطلب الثالث : الإستراتيجية الاتصالية للقائم بالاتصال لدى أمن ولاية المدية.....57

المطلب الرابع : أهداف إستراتيجية الاتصال للقائم بالاتصال لأمن ولاية المدية 58

المبحث الثاني : تفريغ وتحليل البيانات.....59

تحليل نتائج الاستمارة.....59

نتائج الدراسة.....110

الاستنتاج العام.....112

خاتمة.....114

قائمة المراجع.....117

الملاحق.....123

فهرس الجداول.....