جـــامعة يـــحي فـــارس بالـــمدية

كليـــة العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

العـــلاقات العامة و دورها في تحسين الاتصال الداخلي للمـؤسسة العمـــومية الجزائريـــة

دراسة حـــالة للصندوق للتأمينات الاجتماعية CNAS وكـــالة المـــدية

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الإعلام و الاتصال تخصص علاقات عامة

من إعداد الطالبة :

ديـــة وفـاء

تحت إشراف

د/سحاري مصطفى

السنة الجامعية :2021/2020

شـــكـــر

الحمد لله الذي أنار درب العلم و المعرفة و أعانني على أداء هذا الواجب

ووفقني إلى إنجاز هذا العمل .

في مثل هذه اللحظات يتوقف العقل ليفكر قبل أن يحط، ليجمعها في كلمات تبعثر الأحرف، و عبثا إن تحاول تجميعها في سطور كثيرة تمر في الخيال، و لا يبقى لي في نهاية المطاف إلا قليلا من الذكريات و صورا تجمعني بأشخاص كانوا بجانبي فواجبي علي شكرهم، ووداعهم و أنا أخطو خطواتي الأخيرة في غمار الحياة.

أولا أخص بجزيل الشكر إلى مشرف رسالتي الأستاذ الدكتور سحاري مصطفى الذي لم يبخل علي من جهده و وقته وعلمه و فكره و الذي جمع بين أصالة المثقف، و نزاهة العالم، و الذي لفت نظري إلى كثير من نقاط البحث برحابة تميزت بشفافية الرؤية.

كما أثمن بخالص الشكر و المودة الذين لم يبخلوا بأرائهم و توجيهاتهم لإثراء هذا العمل .

إلى عائلة بلنوار عامة و رفيقة دربي خاصة بلنوار رزيقة فهي الشمعة التي أضاءت لي طريقي و أنارت سبيلي فإهتدى شراعي إلى بر الأمان ليرسو على مناء المعرفة و العلم .

إلى كل من حواهم قلبي ونسيهم قلمي

الإهـــــداء

إلـــى أغلى هدية أهداني إياها الله إلى من لا يمكن للكلمات

أن توفي حقها إلى من لا يمكن للأرقام أن تحصي فضائلها نور عيني أمي .

إلـــى الذرع الواقي و الكنز الباقي إلى من جعل العلم منبع إشتياقي

لك أقدم وسام الاستحقاق، إلى من كلله الله بالهيبة و الوقار.

إلـــى من علمني العطاء بدون انتظار إلى من أحمل اسمه بكل افتخار

أرجوا من الله أن يطيل في عمرك لترى ثمارا قد حان قطافها بعد طول

إنتظار أبي الغالي .

إلـــى من تذوقت معهم أجمل اللحظات أخواتي :سميحة، أمال، إبتسام، نسرين

و إخوتي : سيد أحمد، إسلام.

و فـــي الأخير أهدي عملي بمنتهى الإعتزاز إلى نفسي عازمة على مزيد

من الجد و المثابرة و أملة في بلوغ مرام التوفيق و نيل درجات العلى،

و راجية من المولى التوفيق و السداد و النجاح.

مقدمة

مـقدمــة

يعد مفهوم العلاقات العامة مفهوما حديثا وشائعا في وقتنا الحالي، كان ظهوره نتيجة للتطورات الاقتصادية والتقدم العلمي والتكنولوجي السريع، حيث أن المؤسسات تعمل مع باقي مرافق المجتمع لتحقيق الأهداف وتقديم الخدمات للأفراد، في مقابل ذلك فإن الأفراد والجمهور يمنح لهذه المؤسسات الدعم والتأييد اللازمين لنجاحها في تحقيق مبتغاها ، خاصة في ظل التنافس بين مختلف المؤسسات الإنتاجية والخدمية وحتى السياسية، لذا فهي تعمل جاهدة للحصول على دعم جمهورها من خلال إقامة علاقة جيدة معهم، وهذا ما جعل العلاقات العامة تلعب دورا أساسيا ومحوريا في النهوض بالمؤسسات وتنمية أدائها، حيث أصبح لزاما على كل مؤسسة مهما كانت طبيعتها سواء عمومية أو خاصة الاعتماد على العلاقات العامة من اجل تنمية أدائها، وتحقيق أهدافها وغاياتها، والوصول إلى النجاح المأمول، وباتت العلاقات العامة وظيفة هامة وجوهرية تحتاجها كل منظمة أو مؤسسة من أجل التواصل والاتصال المستمر بأعضائها وعملائها، لضمان أكبر قدر من التفاهم والثقة والود، وبالتالي تحقيق النجاح.

تسمح عملية استخدام كل طرق التعبير الممكنة سواء كانت كلمة أو حركة أو أي شكل من أشكال الرسائل الأخرى من تحقيق التفاهم بين أفراد المجتمع، فالاتصال عملية سلوكية تتعلق بنقل المعلومات في شكل تبادل للأفكار والآراء بين المرسل والمستقبل، وهو ضرورة من ضروريات الحياة وأحد العناصر الأساسية في تفاعل الأفراد والجماعات فيما بينهم، كما أنه يحظى بنفس الأهمية على مستوى المؤسسة من خلال دوره الهام في نقل المعلومات والمساهمة في تحقيق أهداف المؤسسة. ولعل القفزة النوعية التي عرفها عالم الاتصال في أواخر القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين من خلال ما يعرف بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ساهمت في تسريع عملية إيصال المعلومات من وإلى المؤسسة في الوقت المناسب وبالجودة المطلوبة مما انعكس إيجابا على أداء المؤسسة الخدماتي من خلال اتخاذ القرارات الملائمة بفضل فعالية الحصول على المعلومات ودقتها .ل

لذا فإن العلاقات العامة أصبحت لا يستغنى عنها في كافة المؤسسات العمومية فبدونها يصعب تحقيق أي نشاط، أو قيام أي علاقات تفاعلية تأثير وتأثر بين المؤسسة وبيئتها، وأضحت إدارة العلاقات العامة داخل هذه المؤسسات جزءا مهما في هيكلها التنظيمي، ونشاطا إداريا جوهره الاتصال الذي يساهم بقدر كبير في الاطلاع على آراء واتجاهات الجمهور، ومعرفة رغباتهم واحتياجاتهم والعمل على تلبيتها، ومنه المساهمة في تنمية وتطوير أداء المؤسسات العمومية، وترقيتها وزيادة فاعليتها،والوصول إلى الجودة في خدماتها، وبالتالي استمراريتها وتعتبر مؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء وكالة المدية مؤسسة عمومية خدماتية تهتم بالعلاقات العامة وتمارسها عن طريق الاتصال مع موظفيها وزبائنها.

و بهذا أسعى من خلال دراستي العلاقات العامة و دورها في تفعيل الاتصال الداخلي المؤسسة العمومية الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء وكالة المدية ،و من خلال هذا تم تقسيم الدراسة إلى ثلاث أقسام :

أولا: الإطار المنهجي الذي يحتوي على مقدمة عامة للدراسة و أهم التساؤلات التي تبحث الدراسة عن نتائجها و قد تطرقت أيضا إلى أهمية الدراسة و إلى أهم أهدافها كما حاولت ذكر أسباب اختيار موضوع الدراسة و ذكر أهم الدراسات السابقة التى أخذها البحث كأرضية للدراسة و منطلق منها ، كما أدرجت مختلف الصعوبات التى واجهتني أثناء إنجاز هذا العمل و التطرق إلى أهم المصطلحات المتعلقة بموضوع البحث.

ثانيا : الإطار النظري الذي ينقسم إلى فصلين فالفصل الأول تناولت فيه العلاقات العامة في المؤسسة العمومية الخدماتية مع ذكر ماهية العلاقات العامة كجهاز في المؤسسة العمومية الخدماتية كما نجد أيضا أهمية العلاقات العامة في المؤسسة العمومية كما رأيت من المستحسن أن تكون هناك أهداف العلاقات العامة في المؤسسة العمومية الخدماتية . أما بالنسبة للفصل الثاني فقد تناولت فيه الإتصال الداخلي في المؤسسة العمومية الخدماتية

اندرج منه ثلاث مطالب كان أهمها الاتصال الفعال لدى المؤسسة العمومية الخدماتية زيادة على ذلك أهمية الاتصال داخل المؤسسة العمومية مرورا إلى متطلبات الاتصال داخل المؤسسة العمومية الخدماتية .

ثالثا : الإطار التطبيقي التي خصصته للجزء الفعال في العمل حيث كان تحت إسم ممارسة العلاقات العامة في مؤسسة CNAS مندرجة تحت مراحل منها موقع العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية علاوة على ذلك مكانتها داخل المؤسسة و فعاليتها داخل المؤسسة العمومية الخدماتية التي باتت محل الأنظار مع إدراج الخاتمة.

الإشكالية:

لم يعد خفيا أن يعيش عصر الاتصال بامتياز الذي تطورت تقنياته بشكل مثير و تعددت و سائله و تطبيقاته لتجاوز مجالات الحياة و تشمل المؤسسات الخدماتية و الإدارات و على أن اعتبار العلاقات العامة اتصال ثنائي بين المؤسسة و جمهورها الداخلي ، حيث وجدت المؤسسات الخدماتية العمومية أو خاصة نفسها تمارس العلاقات العامة سعيا منها لتطوير مجال الخدماتية الاجتماعية التي تخدم لصالح العام .

وقد أثبتت المؤسسة الجزائرية في تجربتها من خلال التنمية المتعاقبة عن طريق البرامج و اختلاف الاتصالات و المخططات أن الطريق نحو الفعالية و تحقيق تحسين الاتصال الداخلي المؤسسي يمر حتما عبر اعتمادها لطرق و أساليب حديثة تسير في وظائفها باالاستخدم الأمثل لجميع مواردها المتاحة بإقامة علاقات جديدة مع بيئة المؤسسة الداخلية و الخارجية ، عبى أن يتم ذلك ضمن رؤية تفتح فضاءات أخرى منتجة للقيمة المضافة .

ويعد الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية لعمال الأجراء جهازا يهدف إلى تحقيق التكافل الاجتماعي و حماية الطبقات المتعددة في المجتمع و ذلك بتقديم الانتماء الاجتماعي فيما يخص بعض الأخطار الأكيدة و التي لا طاقة لهم بتحملها منفردين .

و من هنا كانت إشكاليتي على النحو التالي:

ما الدور التي تلعبه العلاقات العامة في تحسين الاتصال الداخلي في مؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية وكالة المدية من وجهة نظر العمال ؟

تندرج ضمنه جملة من الاسئلة الفرعية نحصرها فيما يلي:

1 – ما مكانة العلاقات العامة في مؤسسة الصندوق الوطني للتأمنات الإجتماعية للعمال الاجراء ؟

2 – ما لوسائل التي يعتمدها جهاز العلاقات العامة بمؤسسة CNAS بوكالة المدية من أجل تحسين

الاتصال الداخلي ؟

3 – هل مكن جهاز العلاقات العامة من تفعيل الاتصال الداخلي بمؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء CNAS ؟

3 – أهمية الدراسة

تتجلى أهمية موضوع البحث حول العلاقات العامة انطلاقا من الأهمية البالغة التي تكتسبها هذه الأخيرة في عالم الاتصال الداخلي و تقنيته في نجاح المؤسسة مع وضوح طبيعة موقعها من الهيكل التنظيمي للصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء وكالة المدية، وبما تقدمه من خدمات كثيرة في مقدمتها تعمل على تطوير التأمين وذلك من أجل أن تحتل مكان مرموقة في المجتمع.

فموضوع الدراسة هو دور العلاقات العامة في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسة الخدماتية من المواضيع المهمة بذات الصلة المباشرة بدراسة الجمهور الداخلي لها وبالتالي معرفة دورها في تفعيل الاتصال الداخلي.

4– أهداف الدراسة :

لكل دراسة هدف يسعى الباحث الوصول إليه وبما أن دراسة تتمحور حول دور العلاقات العامة في تحسين الاتصال الداخلي للمؤسسة الخدماتية للصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء ، فإن هذا الموضوع تهدف الطالبة من خلال الوصول إلى معرفة مكانة العلاقات العامة للمؤسسة الخدماتية كما يمكن تحديد أهم الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة داخل المؤسسة الخدماتية للتأمينات الاجتماعية كما يمكننا التعرف على معظم المشاكل التي تواجه العلاقات العامة داخل المؤسسة الخدماتية.

4 – أسباب اختيار الموضوع

يرجع اختيار موضوع دور العلاقات العامة في تفعيل الإيصال داخل المؤسسة العمومية الخدماتية للصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء إلى أسباب ذاتية و أخرى موضوعية تشكل في مجملها حافزا أساسيا لتقصي أبعاد هذا الموضوع .

- **الأسباب الذاتية :**

الارتباط المباشر الذي يربط موضوع البحث بتخصص الطالبة الباحثة اتصال و علاقات عامة .

رغبة الطالبة و ميلها النفسي لمعرفة الدور الحقيقي و الواقعي للعلاقات العامة و تفعيل الاتصال داخل المؤسسة العمومية للصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء وكالة المدية .

رغبة الباحثة في زيادة كفاءتها في البحث العلمي مما يأهلها للوصول و الحصول على شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال .

- الأسباب الموضوعية :

المكانة التي تلعبها العلاقات العامة كونها تعد من أهم الركائز الأساسية لنجاح و تمام ديمومة استقرار سواء كانت خدماتية أو إنتاجية .

قابلية هذا الموضوع للدراسة سواء من ناحية النظرية أو التطبيقية و ذلك لإمكانية النزول إلى الميدان لتحقيق أهداف الدراسة و التأكد من صحتها .

الدور الحقيقي التي تحضى به مؤسسة و اتصال الداخلي لها الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء وكالة المدية مع ظل التطور التكنولوجي و التقني في عالم الإعلام و الاتصال .

6 – منهج الدراسة:

عادة ما يتوقف منهج الدراسة على الهدف الذي تسعى للوصول إليه من طبيعة الدراسة في حد ذاتها لذلك يعرف " المنهج " على أنه مجموعة الإجراءات و الخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى خطوات

فكرية و عقلانية الهادفة إلى بلوغ نتيجة معنية .

و تعد هذه الدراسة الوصفية التي تهدف إلى الحصول على معلومات دقيقة حول تفعيل الاتصال داخل المؤسسة الخدماتية فمنهج البحث هو الطريقة التي يجب على الباحث أن يلتزمها ببحثه حيث يتقيد بإتباع مجموعة من القواعد العامة التي تهيئه على سير بحث ويسترشد بها الباحث في سبيل الوصول الى الحلول الملائمة لمشكلة البحث، كما يعتبر المنهج خطوة رئيسية في ترتيب وتنظيم أفكار الباحث للوصول إلى نتائج منطقية فالمنهج يعرف على انه الطريق المتبع لكشف عن هذه الدراسة بواسطة استخدام مجموعة من القواعد التي ترتبط أساسا بتجميع البيانات وتحليلها حتى تساهم في التوصيل الى نتائج ملموسة.

وهو أيضا مجموعة من الأسس والقواعد التي يتبناها الباحث بغرض التوصيل إلى نتائج معينة ويعتبر من أهم الخطوات المتبعة في انجاز البحث العلمي.

وقبل التطرق إلى المنهج المستخدم لابد من الإشارة أن لكل منهج شروط ومتطلبات وقدرات محدودة في البحث، تفرض على الباحث استخدامها في حالات معينة و إن اختار الباحث لمنهج البحث لا تتم بطريقة اعتباطية و إنما طبيعة الموضوع الذي يعالج نوعية التي تفرض عليه تفضيل منهج على أخره ، و انطلاقا من أنني أحاول التعرف على دور العلاقات العامة في تفعيل الاتصال داخل المؤسسة العمومية الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء وكالة المدية و تسليط الضوء على مكانة التي توليها خلية الإعلام و الاتصال لهذا النشاط فقط .

استخدمت المنهج الوصفي الذي يكفل لنا جمع أكثر قدر ممكن من المعلومات الوصفية اللازمة بغرض تحليل و استخدام البيانات و تفسيرها بهدف معرفة الواقع كما يقوم المنهج الوصفي بوصف ما هو كائن من تحديد الظروف و العلاقات التي توجد بين الوقائع و يهتم بتحديد الممارسات لشائعة و السائدة داخل الجماعات عن طريق جمع المعلومات و البيانات أي أن المنهج الوصفي يمثل أكبر قابلية باستخدام عند دراسة المحاور

الإنسانية كما يعد الأكثر استخداما في بحوث الإعلام .

لقد كان استعمال هذا المنهج فائدة في فهم الدقيق والعميق لموضوع البحث الماثل أمامنا فلكون الدراسة تمس قطاع هام ومعقد من جهة، و استحالة دراسة كل الهياكل و المؤسسات المكونة لقطاع الصحة من ناحية أخرى ارتأينا إلى اختيار حالة معينة ممثلة في صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء لولاية المدية من اجل إجراء هذه الدراسة ومحاولة التحكم أكثر في الموضوع وإعطاء صبغة علمية أكثر دقة لهذا لبحث، وكذلك من اجل جمع المعلومات والبيانات، وذلك من اجل التعرف على حالة واحدة معينة وبطريقة عملية تفصيلية دقيقة و مراعاة لربح الوقت ومن اجل تعميم النتائج على الوكالات ككل.

تعتبر مرحلة جمع البيانات مرحلة جد حساسة في البحث فهي تحتاج عناية كبيرة من طرف الباحث لهذا نجد معظم الباحثين يستخدمون أكثر من أداة هو الشيء الذي اعتمدته في الدراسة و لهذا فإن طبيعة الأدوات المستخدمة تمثلت في الملاحظة بالمشاركة و المقابلة .

- الملاحظة بالمشاركة :

تعتبر الملاحظة من أهم الأدوات المستخدمة في جمع البيانات لأنها تسمح للباحث بجمع المعلومات و الحقائق من خلال الحقل الطبيعي للدراسة .

و فيها يشارك الباحث المبحوثين سلوكاتهم و أعمالهم مباشرة مما يؤدي إلى تدوين كل المعلومات و هذا ما قمت به من خلال الدراسة حول موضوعي قمت بالملاحظة يوم : 2021/05/15 محل الدراسة الصندوقي الوطني للتأمينات الإجتماعيتة للعمال الأجراء وكالة المدية .

- المقابلة:

هي من بين الأدوات المساعدة في جمع البيانات و المعلومات من الميدان المتعلق بموضوع البحث و تبريرها و تصنيفها و تحليلها علميا مما يساعد الباحث على التوصل إلى النتائج النهائية التي يستعملها في

الكشف عن خبايا الموضوع محل الدراسة ، و قد إعتمدت في دراستي على المقابلة بغية الحصول على أكبر قدر من المعلومات دون ظوابط حيث أجريت المقابلة مع مسؤول خلية الإعلام و الاتصال من 2021/05/02 إلى غاية 2021/06/25 .

7- تحديد المفاهيم و مصطلحات :

العلاقات العامة :

اصطلاحا : عرفت الجمعية الأمريكية العلاقات العامة بأنها نشاط لصناعة و أخذ أو اتخاذ أو هيئة أو مهنة أو حكومة أو أي منشأة أخرى في بناء و تدعيم علاقة سليمة بين المؤسسة و فئة الجمهور كالعملاء و الموظفين أو المساهمين أو الجمهور العام لكي تتمحور من سياستها الظروف المحيطة بها و شرح هذه السياسة للمجتمع [1]

و قد وضع المعهد البريطاني للعلاقات العامة أنها الوظيفة الإدارية التي تعمل على تخييم اتجاهات رأي الجمهور و تطابق سياسات المنظمة و إجرائتها مع الصالح العام و تنفيذ برامج العمل الإعلام بهدف كسب تفهم الجمهور للمنظمة و تأيده لها [2]

التعريف الإجرائي :

تعتبر العلاقات العامة فعل إداري و تسيري يتم داخل مؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء وكالة المدية على مستوى الإدارة العليا كونها ترسم و تنصب السياسة العامة للمؤسسة الصندوق الوطني وفق أنظمة محددة لبلوغ الهدف المرجو .

المؤسسة الخدماتية :

[1] محمد منير حجاب ،المعجم الإعلامي ، ط1 ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ،2001،ص325.
[2] محمد مرضى الشمري ،الأداء الاتصالي للعلاقات العامة في المؤسسة ، دار عين الشمس للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2015 ، ص10.

اصطلاحا : هي الخلية الأساسية للاقتصاد الوطني رأس مالها تابع للقطاع العام أي الدولة و يكون التسيير فيها بواسطة أشخاص تختارهم الجهة الوهمية تتميز بإمكانيات مادية و إدارية ضخمة توفرها الدولة و مجموعة من التسهيلات و الإعفاءات القانونية و الإدارية [3].

حيث تعرف المؤسسة الخدماتية بأنها شخص معنوي الهدف من إنشائها هو التسيير المستقل لمرافق عمومية تابعة للدولة أو مجموعات محلية .

التعريف الإجرائي : هي تلك المؤسسة التي تقدم خدمات مهما كان نوعها و بالنسبة لمؤسسة التأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء هي مؤسسة تقدم خدمات تأمينية لصالح العمال الأجراء مقرها الاجتماعي المدية و لديها وكالات في مختلف دوائر الولاية ، هذه الوكالة تسهر على تقديم جميع الخدمات للعمال الأجراء.

الاتصال الداخلي:

اصطلاحا : يقصد باالإتصال الداخلي عملية نقل و تبادل المعلومات الخاصة بالمؤسسة داخلها و خارجها و هي وسيلة لتبادل الأفكار و الاتجاهات والرغبات و الآراء بين أعضائها و ذلك يساعد على الارتباط و التماسك، و يعتبر الاتصال أيضا الأداة العامة لإحداث التغيير في السلوك البشري [4]

ويعرفه إبراهيم أبو العرقوب أنه عبارة عن اتصال منطوق ومكتوب يتم داخل المؤسسة على المستوى الفردي والجماعي ويساهم في تطوير أساليب العمل في تطوير وتقوية العلاقات الاجتماعية بين الموظفين. [5]

التعريف الإجرائي : يعد الاتصال الداخلي في مؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الإجراء مجموعة من الإجراءات و الطرق و الوسائل التي تقوم بالاتصال الداخلي لتحسين سيرورة و عمل المؤسسة الخدماتية باستخدام البيانات اللازمة مع اتخاذ القرار السليم .

---

[3] كمال بغداد ، النظام القانوني للمؤسسة العامة المهنية ، ط1، دار النو للنشر و التوزيع ،الجزائر ، 2014 ، ص 15.

[4] منال طلعت محمود ،مدخل ال علوم الإعلام و الإتصال ، ط1 ، مكتب الجامع الحديث، مصر ، 2001، ص22.

إبراهيم أبو عرقوب، الإتصال الإنساني ودوره في التفاعل الإجتماعي،ط1، دار محمد الأوي للنشر، الأردن، 1993، ص163.

تحسين الاتصال:

اصطلاحا: هو إطلاق المعلومات و إصابة الهدف بها ذلك بالتأكد من أن تلك المعلومات تم فهمها متخطية كل العوائق التي تقابلها لكي تحقق الرسالة هدفها و يتم من خلال ثلاث خطوات و هم الإرسال الوسيلة الاستقبال. [6]

التعريف الإجرائي : هو الاتصال التي يتم في مؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء وكالة المدية قصد تبادل الأفعال و المعلومات و تفعيل الاتصال الداخلي لها حتى تنشأ علاقة تدوم على تفعيل الاتصال و المشاركة لتحقيق الأهداف .

08-الدراسات السابقة:

الدراسة رقم 01 :

للباحثة "عيواج عذراء" بعنوان واقع العلاقات العامة في الإدارة محلية- دراسة ميدانية" ببلدية قسنطينة -"مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام و الاتصال تخصص اتصال و علاقات عامة، قامت الباحثة بتقييمها سنة 2009 بجامعة منتوري قسنطينة.

-قامت الباحثة بتسليط الضوء حول واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية التي تحمل على عاتقها وظائف كبيرة، و بينت الحاجة الكبرى إلى جهاز من شانه مساعدة الإدارة المحلية الاتصال و استقطاب جماهيرها الداخلية و الخارجي .انطلقت من التساؤل التالي /ما هو واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية الجزائرية؟.

-أما تساؤلات الدراسة فجاءت كالآتي:

1/هل تعمل الإدارة المحلية الجزائرية على تحسين صورتها مع الجمهور الداخلي و الخارجي؟

2 /هل تعاني العلاقات العامة في الإدارة المحلية من مشاكل تضعف في مكانتها و دورها؟

[6] منال طلعت محمود ،مدخل إلى علوم الإعلام و الإتصال مرجع سبق ذكره ، ص30.

–و كانت فرضيات الدراسة كالآتي

–تظهر وظيفة العلاقات العامة كجهاز مختص في الإدارة المحلية الجزائرية وظيفة الاهتمام المستمر بالموظفين و تحقيق الاتصال الدائم بالمواطنين.

تعمل الإدارة المحلية الجزائرية على تحسين صورتها مع الجمهور الخارجي بممارسة أنشطة اتصالية معينة، تواجد العلاقات العامة في الإدارة المحلية الجزائرية مشاكل تضعف مكانتها و دورها.

المنهج المعتمد:

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي لأنه الأنسب لمثل هذه الدراسات أدوات جمع البيانات:

وظفت الباحثة الأدوات التالية في جمع البيانات :الملاحظة – المقابلة – الاستبيان و عينة الدراسة:

قسمت إلى فترتين: الأولى :الفترة الزمنية الممتدة من 08 إلى 15 أفريل2008 خاصة بالاستمارة النهائية الموجهة إلى الجمهور الخارجي و اعتمدت على العينة الحصصية.

الثانية : في الفترة الزمنية الممتدة من 14 :أفريل إلى 19 ماي2008

تخص الاستمارة الموجهة إلى الجمهور الداخلي و اعتمد على العينة العشوائية الطبقية.

نتائج الدراسة:

توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج ، أهمها:

–وجود جهاز العلاقات العامة في الإدارة المحلية مهمة الاهتمام الدائم المستمر بالموظفين.

–من بين المشاكل التي تعاني منها العلاقات العامة في الإدارة المحلية:

إهمال وظائف العلاقات العامة، ضعف استعمال الوسائل الاتصالية الحديثة في ميدان العلاقات العامة، غياب المختصين في الاتصال.

- **أوجه الاستفادة:**

حيث تظهر أهمية الدراسة في أنها كشفت لنا أمور جوهرية عن واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية بمدينة قسنطينة حيث اتفقت مع دراستي من حيث الاهتمام الدائم بمحور العلاقات العامة و رغم اختلاف تساؤلات الدراسة مع الفرضيات المستخدمة و مجال الدراسة الزماني و المكاني التي أجريت فيه الدراسة سنة 2009 بجامعة قسنطينة إلا أن الاستفادة كانت واضحة شملت عدة محاور .

الدراسة رقم 02 :

بعنوان :العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية – دراسة ميدانية بالمستشفى الجامعي ابن سينا – إعداد الطالب الباحث :مسيلي ياسين – مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة سنة 2008 –إشراف د /صالح بن نوار –المرسم الجامعي2008 حيث تمركزت إشكالية هذه الدراسة حول الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية وتركز التساؤل الرئيسي كالآتي:

–هل يوجد اهتمام خاص بالعلاقات العامة داخل المؤسسة.

وقسم الباحث هذا التساؤل إلى مجموعة من التساؤلات الفرعية:

*ما مدى مكانة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصحية الجزائرية؟

*هل هناك متخصصون قائمون على نشاطات العلاقات العامة؟

*ما هي مختلف الأساليب والوسائل الاتصالية المستعملة في إدارة العلاقات العامة؟

*ما هي العراقيل التي تحد من فعالية نشاط إدارة العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية؟

–وقام الباحث بصياغة مجموعة من الفرضيات منها رئيسية وتدرجت منها فرضيات فرعية تمثلت في:

الفرضية الرئيسية:

لا تحظى العلاقات العامة باهتمام كبير داخل المؤسسة موضوع الدراسة

الفرضيات الفرعية:

تحتاج المؤسسة موضوع الدراسة لجهاز يمثل فعلا إدارة العلاقات العامة.

-تصطدم العلاقات العامة بجملة من العراقيل.

-كما اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الذي يعتبر أكثر مناهج البحث ملائمة للواقع الاجتماعي كسبيل لفهم ظواهره والوقوف على سماته وجاء على مرحلتين:

المرحلة الأولى : الاستكشاف والصيانة.

المرحلة الثانية :مرحلة التشخيص والوصف وذلك بتحليل البيانات والمعلومات التي جمعها تحليلا يؤدي إلى الوقوف على العلاقة بين المتغيرات وتقديم تفسير منطقي ومناسب لها.

من خلال هذا المنهج تم الاعتماد على المسح الاجتماعي الذي يعد واحدا من مناهج البحوث الوصفية المعتمدة في جمع وتحليل البيانات على أدوات البحث كالملاحظة والمقابلة والاستمارة من أجل الحصول على معلومات مجتمع البحث وخلصت هذه الدراسة بالوصول لاستنتاجات ونتائج مبنية على حقائق علمية وتمثلت في:

لا يوجد جهاز مختص بالعلاقات العامة وإنما يوجد مكتب للإعلام والاتصال توكل له المهام مع الإشارة أنه ليس مرتبط مباشرة مع المديرية العامة، وهو ليس مناسب لمكانة العلاقات العامة، إن المديرية تحتكر هذا المجال وتضيق على هذا المكتب وتحصر وظائفه في أنشطة لا تعبر فعلا عن أنشطة العلاقات العامة.

-توصل إلى أن مسؤول مكتب الإعلام والاتصال لا تتوفر فيه شروط القائم بالعلاقات العامة.

-إن الإعلانات هي الوسيلة الأكثر استعمالا من طرف المستشفى لإعلام الأفراد بنشاطاته.

-فهم العلاقات العامة بالنسبة للمسؤولين والعمال فهم سطحي.

-اتضح أن العلاقات العامة لا زالت مهملة لا تحضى بأهمية كبيرة ولا تحتل مكانتها التي تستحقها كإدارة ضمن الهيكل التنظيمي للمستشفى.

أوجه التشابه أو الاستفادة:

وعليه تتفق هذه الدراسة مع دراستي في الاهتمام بدور العلاقات العامة التي تعتبر كوظيفة حساسة و جوهرية في مختلف جوانب الحياة المهنية الخاصة بالمؤسسات الصحية و حتى الجوانب الاجتماعية المتعلقة بالأفراد العاملين لها كما اتفقت باستخدام المناهج منه المنهج الوصفي للدراسة ، إذ ارتكزت الدراسة على معرفة واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصحية و هو الهدف المرجو بلوغه من خلال هذه الدراسة التي ضمت العديد من الفصول و رغم اختلافهما في الفصول والمجال الزماني والموضوعي حيث أجريت الدراسة سنة 2008 إلا أنني استفدت الكثير من هذه الدراسة و خاصة من حيث خطة البحث و إشكالية الدراسة مع الجانب النظري لها .

9- صعوبات الدراسة

لا قيمة للبحث إذ لم يكن فيه صعوبات، وهذه هي طبيعة البحث العلمي، وموضوع دراستي كغيره من الدراسات لم يخرج من نطاق صعوبات عديدة واجهته وتمثلت هذه الصعوبات فيما يلي:

- ضياع الوقت الكثير في إجراء المقابلات مع المكلفين بالعلاقات العامة نظرا لإنشغالتهم وظروفهم.
- عدم الالتزام بمواعيد المقابلة وهذا ما كلفني جهدا كبيرا.
- صعوبة الحصول على المعلومات حول المؤسسة محل الدراسة بحجة السرية.

الفـصل الأول

العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية

- تمهيد
- ماهية العلاقات العامة كجهاز في المؤسسة
- أهمية العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية
- أهداف العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية
- خلاصة الفصل

تمـهيد:

إن دور العلاقات العامة لم يعد مقتصرا على التعريف بأنها فلسفة إدارية وذكر أنشطتها فقط، فهي قد امتدت لتصل إلى الجماهير وتقف عند تلبية رغباتهم وخلق صورة إيجابية عن المؤسسة لذلك لابد من تسليط الضوء على كل المعلومات المحيطة بها، حيث سنتطرق في هذا الفصل إلى ماهية العلاقات العامة وتطورها وإلى أنواعها، كما سنذكر خصائصها و أهميتها وأهدافها والواجبات التي تقوم بها، وعلى الجمهور الداخلي لها.

المبحث الأول : العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية

أولا : مفهوم العلاقات العامة

من المفاهيم المعاصرة التي دخلت أدبيات الإدارة الحديثة، إلا أن العلاقات العامة نفسها قديمة قدم التجمعات الإنسانية، فهي تهتم بإقامة علاقات طيبة بين المنظمة شركة، مؤسسة، هيئة ...وجمهورها.

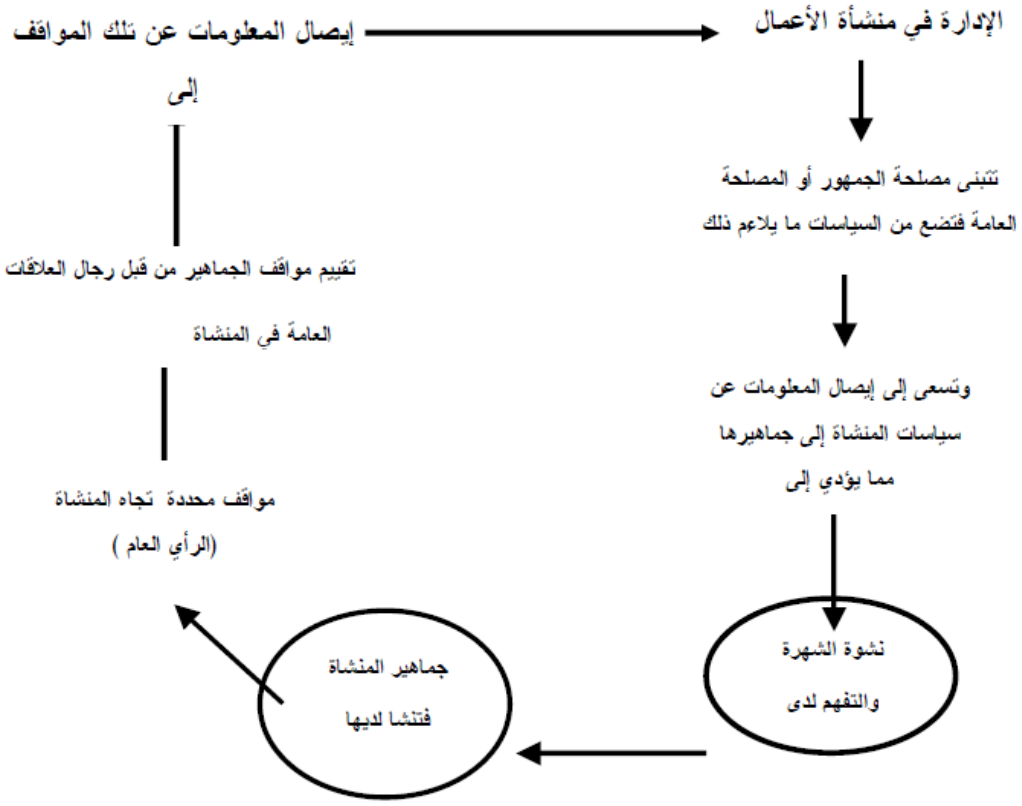
والملاحظ من الناحية العملية أن العلاقات العامة ترتبط بمختلف الأنشطة، فهناك من يرى أنها مجرد عملية اتصالات تظهر في شكل تصريحات منشورة في الصحف والمطبوعات، وهناك من ينظر إليها على أنها نوع من الدعاية والإعلام والترويج، وآخرون يعتبرونها مرادفة للعلاقات الإنسانية .ولأن وضع تعريف شامل ومانع لأي مصطلح في مجال العلوم الاجتماعية والإنسانية ليس بالأمر الهين، فإن مفهوم العلاقات العامة يختلف باختلاف واضعيه، فكل ممارس للعلاقات العامة له تعريف مختلف عن زملائه استقاه من تجربته الخاصة في مضمار العلاقات العامة، هذه التجربة التي تتأثر طبعا بالبيئة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي تحيا فيها المؤسسة .

وإذا كان تعبير العلاقات العامة غير معبر وسطحي حسب رأي جولدن فقد اقترح كبديل له تسمية على أساس أنها تحقق فهما أحسن ،Relations with publics العلاقات مع الجماهير لهذا المجال فيصبح واضحا أن علاقات المؤسسة بالجمهور هي المقصودة، وأن كلمة جمهور تعني كل جماعة أو شريحة من المجتمع تكون للمنظمة علاقة بها [1] .

[1] - صالح خليل أبو أصبح :العلاقات العامة والاتصال الإنساني، ط1 ، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004 ، ص97 .

لهذا تعددت التعاريف وتباينت، ومن هنا وجب علينا وضع تعريف شامل للعلاقات العامة، وذلك بعد استعراض بعض التعاريف لمختلف المنظرين والمختصين والباحثين ومختلف الهيئات والجمعيات التي ما فتئت تقدم تعريفا خاصا للعلاقات العامة يتضح من هذا التعريف أن للعلاقات العامة دورة خاصة بها يمكن تطويرها.[1]

بالشكل التالي:



شكل رقم 01 : كيفية تطوير العلاقات العامة

الدورة من نقطة سعي الإدارة في منشاة الأعمال إلى كسب تلك الثقة وتعمل جاهدة إلى إيصال المعلومات الصحيحة والدقيقة عن أعمال المؤسسة وسياساتها إلى الجمهور مما يؤدي إلى نشوء، مواقف محددة اتجاهها وهنا

[1] هلال المزاهرة، إدارة العلاقات العامة وتنظيمها، ط1 ، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطباعة، عمان، الأردن، 2015 ، ص55.

يبرز جزء مهم من الدور الذي يفترض لرجل العلاقات العامة أن يقوم به وهو تقييم مواقف الجمهور وأرائه خصوص المؤسسة وإبلاغ ذلك إلى إدارة المؤسسة على شكل عملية تغذية عكسية لتقوم هذه الإدارة بدورها بتعديل سلوكها وسياساتها بما يتلاءم وهذه الآراءFeed Back في سبيل بناء مزيد من الثقة والتفاهم[1].

وعلى ضوء التعاريف السابقة يمكن أن نعرف العلاقات العامة على أنها:

الجهود المخططة والمستمرة التي تستهدف تحقيق الفهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها ويمكن استخلاص العناصر الأساسية التي تتمركز عليها الكثير من التعاريف، وهي تلك المتمثلة في:

-أنها جهود بشرية مخططة ومستمرة، -تستهدف تحقيق الفهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها، فهي ليست اتصالات من جانب واحد أو في اتجاه واحد. هذا ويمكن من التعاريف السابقة استخلاص الجوانب المتعددة لوظيفة العلاقات العامة وهي:

-العلاقات العامة عمل فلسفي لإدارة ما اتجاه المجتمع بصفة عامة.

-أنها وظيفة اتصالية تستهدف بناء جسور من الوفاق والفهم المتبادل والتعاون المشترك.

-أنها أسلوب ووسيلة لمواجهة المشكلات المختلفة التي تواجهها المنظمات بالاعتماد على أسس علمية وفنية مدروسة.

-أنها مصدر مهم من مصادر المعلومات والتغذية المرتدة للمنظمات ، كما أنها نافذة المنظمات على بيئاتها الداخلية والخارجية، والميزان الذي يزن الأمور ويضع المنظمات في مواقع المسؤولية، والتجاوب مع المصالح

[1] طارق شرين يونس، إدارة العلاقات العامة، مفاهيم ومبادئ وسياسات، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008 ، ص 144.

المشتركة بينها وبين جماهيرها[1].

-أنها مدخل إلى عقول الجماهير لاستقراء الآراء والاتجاهات واستخلاص الانطباعات من خلال الدراسات والبحوث الاتصالية.

-أنها الممارسة العملية التي لا تتحقق مصداقيتها إلا من خلال قواعد وأسس أخلاقية لها واقع عملي ملموس يتميز بالصدق والأمانة والموضوعية.

- مبادئ العلاقات العامة :

هناك عدة مبادئ يستند إليها المشتغلون في العلاقات العامة وتتلخص هذه المبادئ فيما يلي:

-نشاط العلاقات العامة ينطلق من داخل المؤسسة ذاتها:

بمعنى أن جميع العاملين بالمؤسسة لا يمكن أن يساهموا في تحسين علاقتهم بالجمهور الخارجي، دون تحقيق تلك العلاقة الجيدة فيما بينهم والعمل على تماسك الجمهور الداخلي، وتدعيم روح الجماعة والتعاون داخل المؤسسة، وبالتالي بعث الثقة في الوسط الخارجي للمؤسسة[2].

نشاط العلاقات العامة مستمر ودائم :

إن بعث الثقة بالجماهير الداخلية والخارجية، لا يمكن أن يتحقق إلا من خلال العمل المستمر والمتواصل للعلاقات العامة، حفاظا على مواكبة التغيير الذي يطرأ على أذواق الجماهير.

نشاط العلاقات العامة شامل:

---

[1] علي عاطف عبيد ،أسس العلاقات العامة ،ط1 ،دار عمر للنشر و الطباعة ، القاهرة ، 1993 ، ص 24 .
[2] علي عاطف عبيد ،أسس العلاقات العامة مرجع نفسه،ص55.

إن نشاطها لا بد أن يشمل كافة الميادين بدون استثناء، فهناك علاقات العامة تجارية، صحية،صناعية ... الخ فاقتصارها على مجال التجارة لا يعني عدم وجودها في الجانب الصحي.

- **أخلاقية العلاقات العامة**

التمسك بالقيم الأخلاقية كالثقة، الأمانة، الاحترام المتبادل بين المؤسسات، والابتعاد عن التحيز والتفرقة والعنصرية، وعن وسائل الغش والتضليل[1].

ديناميكية العلاقات العامة:

تقوم العلاقات العامة على الأخذ والعطاء والتلقي والاستجابة بمعنى أن نشاطاتها تتصف بالفاعلية والإيجابية في التأثير والتأثر، عن طريق استخدام أسس ووسائل الاتصال والإعلام من اجل تكوين رأي عام حول المؤسسة وتجاوز العقبات التي تعترضها ونخلص أن العلاقات العامة تتضمن في طياتها أخلاقيات نزيهة وفي مقدمتها الصدق، كما تحتوي على ديناميكية وحيوية مستمرة تضمن تقييمها بشكل مستمر، والتي تنطلق بدورها من داخل المؤسسة لأن سلامة العلاقات الخارجية، لا يمكن أن يكون إلا إذا ضمنا سلامة الداخل، كما وجب أن نشير أن هذه المبادئ لا يجب أن تتوفر كلها حتى نقول أن العلاقات العامة سليمة، فلا خطأ إذا لم تتوفر صفة أو صفتين من مبادئ العلاقات العامة التي أشرت عليها سابقا[2].

---

[1] محمد مصطفى احمدة: الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، دط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية 2003 ، ص56.

[2] عبد الله الروسي عبد الرحمان ، المؤسسة و خدماتها ، دار النور للنشر و الطباعة ، القاهرة ، 2002 ، ص 303.301 .

وظائف العلاقات العامة:

إن وظيفة العلاقات العامة لم تلق الاهتمام الكافي إلا في النصف الثاني من القرن الماضي ، فقبل ذلك كانت تمارس على أساس المهارة وعلى أساس أنها فن يؤثر في الجماهير، أما بعد الحرب العالمية الثانية فقد تطورت إلى مهنة حديثة ووظيفة إدارية يقوم بها متخصصون في ذلك المجال ومن أهم وظائف وأنشطة العلاقات العامة ما يلي :

- **البحث:** من أهم وظائف القائم على العلاقات العامة، إجراء الدراسات المرتبطة بقياس الاتجاهات والرأي العام المتعلقة بالجمهور عموما الذي يتعامل مع المؤسسة، وهذه الوظيفة تهتم بدراسة الآراء والأذواق ومختلف المتطلبات التي تقدمها المؤسسة[1].
- **التخطيط:** تعتبر عملية التخطيط من أهم العمليات التي تقوم بها المؤسسات و مختلف الهيئات الإدارية الحديثة، حيث تقوم برسم السياسات والاستراتيجيات قصيرة وطويلة المدى إضافة إلى رسم البرامج الإعلامية التي تهدف إلى تعريف وترويج وتسويق للمنتوجات التي تنتجها.
- **التنسيق:**

يقوم خبراء العلاقات العامة بالتنسيق المستمر سواء بين الوحدات التنظيمية داخل المؤسسة ذاتها، أو بين خبراء العلاقات العامة والجمهور الخارجي، أو بين الجمهور الداخلي والخارجي، بشكل يساعد المؤسسة على تحقيق أهدافها، وتطبيق سياستها العامة.

[1] سعيد بلحاج ،العلاقات العامة و محاورها ، دار النشر و الطباعة ، الأردن 2001 ، ص 123 .

- **الإدارة:**

تتلخص هذه الوظيفة في مساعدة الوحدات والإدارات والأقسام داخل المؤسسة على أداء وظائفها اتجاه جمهورها، ونحو المؤسسة ذاتها من خلال تقديم الخدمات والمعلومات اللازمة والكافية لها فهي مثلا تساعد إدارة شؤون العاملين في اختيار الموظفين والعمال وتدريبهم والنظر في وسائل تشجيعهم، وترقيتهم وحل مشاكلهم، وتسهل لقسم المبيعات مهمة إقامة علاقة طيبة بالموزعين والمستهلكين.[1]

- **الإنتاج:**

تقوم العلاقات العامة بالمساهمة في عمليات الإنتاج بصورة مباشرة، وغير مباشرة إضافة إلى الوظائف السابقة، فهي تعمل على زيادة الإنتاج وتسويقه ومعرفة البيانات اللازمة من مصادر الإنتاج. كما تقوم العلاقات العامة كقسم متخصص بتنظيم الحملات الإعلامية والاتصال بوسائل الاتصال المختلفة، والمساهمة في إعداد النشرات المتعلقة بعمليات الإنتاج وأهداف المؤسسة، وتنظيم الزيارات والأبواب المفتوحة والندوات والمؤتمرات وهناك فريق آخر من الأخصائيين في مجال الإعلام وجدوا أن وظائف إدارة العلاقات العامة في المؤسسة تحدد من ثلاث محاور.

أ –الوظائف والخدمات التي تقدمها الإدارة للجمهوروهي كالآتي:

- تعريف الجماهير بالمؤسسة وإنتاجها وخدماتها بصورة مبسطة

[1] محمد صاحب سلطان, العلاقات العامة ووسائل الاتصال ، د ط، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة،عمان , 2011 .ص120.

- تعريف الجماهير بسياسة المؤسسة وبالتغيرات التي تطرأ عليها
- مساعدة الجماهير على تكوين أفكار وآراء سليمة عن المؤسسة
- التأكد من الأخبار التي تنشر عن المؤسسة ومدى صحتها
- خلق نوع من الاتصال المناسب بين الجماهير والمؤسسة.

ب –الوظائف التي تقدمها الإدارة بشكل خاص:

وهي كالتالي:

- تزويد الإدارة العليا برد فعل الجماهير والمؤسسة.
- دراسة بحوث قياس الرأي العام وتفسيرها للإدارة العليا.
- التنسيق بين الإدارة وأقسام المؤسسة.
- تقديم المشورة العلمية والبيانات والمعلومات اللازمة للإدارة العليا[1]

ج –الوظائف والخدمات التي تقدمها للمؤسسة ككل:

وهي مصنعة كالآتي:

1. –تزويد المؤسسة بالبيانات والمعلومات التي تعكس أراء الجماهير والتغيرات

المستمرة التي تطرأ على هذه الآراء.

[1] 0 بشير العلاق: العلاقات العامة، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع عمان ،ط1 ، 2010 ، ،ص11

.2 –حماية المؤسسة من الدعاية المضادة وغير الصحيحة.

.3 –التأكيد على عمليات تنفيذ سياسة المؤسسة وتحقيق أهدافها وإشباع حاجات الجماهير والمؤسسة.

ويرى خبراء العلاقات العامة أن المهمة الكبرى في الوقت الحاضر تتم من خلال عمليات التنسيق بين المؤسسة وجمهورها، عن طريق وضع برنامج يتف بالديناميكية والمرونة، حتى يمكنها التلاؤم مع الأوضاع والظروف المحيطة ،يعتبر التقسيم الأول لوظائف العلاقات العامة قاصرا دون التقسيم الثاني وكذلك التقسيم الثاني يعتبر قاصرا دون التقسيم الأول، فبكلاهما يغطى محور الوظائف تغطية وافية، فالتقسيمان إذن مكملان لبعضهما البعض فأما جمعية العلاقات العامة الأمريكية، فقد حددت وظائف العلاقات العامة في بحث لها في ثمانية نقاط أساسية هي[1]:

كتابة التقارير والبيانات الصحفية، والكتيبات والنصوص وبرامج الراديو والتلفزيون والخطب وحوار الأفلام، ومقالات المجلات، والصحف التجارية، وإنتاج المواد الإعلامية والفنية.

تحرير النشارات العمالية والصحفية وتقارير المساهمين، وسائر المخاطبات الموجهة من الإدارة إلى كل أفراد المؤسسة والجماهير الخارجية الاتصال بالصحافة والراديو، والتلفزيون، وكذلك المجلات والملاحق الأسبوعية

ومحرري الأقسام التجارية بهدف إثارة اهتمامهم لنشر الأخبار والموضوعات التي تتعلق بالمؤسسة.

تحسين صورة المؤسسة من خلال الأحداث الخاصة كالحفلات التي تقام لرجال الصحافة والمعارض وتنظيم الزيارات، وتقديم التسهيلات، وإقامة الاحتفالات في المناسبات العامة أو الخاصة، وتنظيم المسابقات، ورعاية

1ناصر قلبمي :الاتصال في المؤسسة دراسة نظرية وتطبيقية، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، د ب ، 2011 ، ص69

العلاقات مع الضيوف، وتقديم الهدايا التذكارية، وإنتاج الأفلام عن المؤسسة بالإضافة إلى غيرها من الوسائل الأخرى كالشرائح وشرائط الفيديو.

مواجهة الجماعات المختلفة والتحدث إليها من خلال لقاءات طبيعية، وإعداد خطب للغير، وتخصيص متحدث باسم المؤسسة، وتقديم المتحدثين في الحفلات والاجتماعات العامة.

إنتاج النشرات والكتيبات والتقارير الخاصة ومواد الاتصال المصورة، ودوريات المؤسسة و إخراجها على نحو فني يتفق مع الذوق العام.

تحديد الاحتياجات والأهداف والخطوات اللازمة لتنفيذ المشروع، وهذا يحتاج إلى خبرة رفيعة في العلاقات العامة، ومقدرة خاصة في توجيه النصح والمشورة إلى رجال الإدارة[1].

استخدام الإعلانات الإعلامية في إعلاء اسم المؤسسة والتنسيق المستمر مع قسم الإعلان بالمؤسسة، وغالبا ما تكون مسؤولية قسمي الإعلان والعلاقات العامة بالمؤسسة مسؤولية مزدوجة ويضيف الباحثان الأمريكيان، كاتليس وستر، إلى هذه الوظائف أربع وظائف أساسية هي:

المشاركة في المناسبات العامة، كتمثيل المؤسسة في المشروعات التي تتصل بالنواحي المدنية الاجتماعية والثقافية والسياسية والتعليمية والشؤون العامة إجراء البحوث والدراسات المتعلقة بآراء الجماهير المعنية حتى يمكن القيام بالوظائف السابقة تفسير سياسات المؤسسة وقراراتها للهيئات الحكومية وللشخصيات التي تمتلك حق التصويت في أي أمر يخصها عند إقرار السياسات العامة.

تدريب المتحدثين الأكفاء للتعبير عن المؤسسة ومن هنا تخلص إلى أن العلاقات العامة لها وظائف أساسية تتمثل في البحث والتخطيط والتنسيق والإدارة، والإنتاج، ووظائف تقدمها الإدارة للجمهور كالتعريف بجماهير

[1] علي عجوة ، الخدمة الإجتماعية داخل العلاقات العامة ، دار المرجوة للنشر و التوزيع ، عمان ، 2001 ، ص 20-18 .

المؤسسة ومنتجاتها، ومساعدة الجماهير على تكوين أفكار وآراء سلمية عن المؤسسة ، وخلق نوع من الاتصال المناسب بين الجماهير والمؤسسة، وهناك وظائف أخرى تقدمها للمؤسسة ككل، كحماية المؤسسة من الدعاية المضادة وغير الصحيحة والتأكيد على عمليات تنفيذ سياسة المؤسسة، وتحقيق أهدافها، وإشباع حاجات الجماهير والمؤسسة، ومنهم من يضيف إلى هاته الوظائف كتابة أهدافها، إشباع حاجات الجماهير والمؤسسة ، ومنهم من يضيف إلى هاته الوظائف كتابة التقارير وتحرير النشرات، وتحسين صورة المؤسسة من خلال الأحداث الخاصة، وإجراء البحوث والدراسات المتعلقة بآراء الجماهير المعنية[1].

4-إدارة العلاقات العامة :

عتبر عملية غدارة العلاقات العامة من أهم العمليات التي تؤثر في أداء المهام الوظيفية والمهنية والإدارية التي يقوم بها العاملين بهذا المجال، مما يؤثر عموما على طبيعة مؤسساتهم وتنظيماتهم التي ينتمون إليها، علاوة على ذلك تعتبر عملية التنظيم الإداري من العمليات التي تعطي لها أيضا المؤسسات أهمية بالغة، وفي كثير من الأحيان تم ربط إدارة العلاقات العامة بالمستويات الإدارية والتنظيمية العليا في المؤسسة أو التنظيم مكن استعراض بعض النماذج للتنظيم الداخلي لإدارة العلاقات العامة، مصحوبا بالتعليق على كل منها .

مبادئ العلاقات العامة:

1-المسؤولية الاجتماعية :هناك مسؤولية تدفع على عاتق المنظمة فيما يتعلق الذي نعيش فيه.

2-احترام رأي الفرد :ترتكز فلسفة ع ع مبدأ الإيمان بقيمة الفرد لاحترام حقوقه الأساسية التي تنص عليها القوانين وتضمنها ومراعاة واجبات الفرد ومسؤولياته في المجتمع.

[1] محفوظ أحمد جودة :العلاقات العامة مفاهيم و ممارسات ، ط1 ، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008 .ص26.

3-عدم إخفاء المعلومات عن الجمهور :لتجنب الشك والشائعات بالتالي على العلاقات العامة كشف كافة المعلومات التي يحتاجها الجمهور مع الأخت بعين الاعتبار عدم إفشاء أسرار العمل.

4-الالتزام بمبادئ الأخلاق السلمية :تدعو فلسفة ع ع المنظمة الالتزام بمبادئ الأخلاق الكريمة كالنزاهة والصدق والعدالة، فالعلاقات ع إعلام وسلوك تتمثل في الالتزام بالأخلاق وتفسير نشاط المنظمة[1].

5-إتباع الأساليب العلمية في البحوث :إجراء بحوث وقياس اتجاهات الرأي العام متبعة في ذلك طرق علمية وتجنب التحيز .

-كما أضاف الدكتور سرو محمد الحريري عنصران مهمان يخدمان مبادئ العلاقات العامة هما:

أ -استخدام الأسلوب العلمي :لزيادة وعي الجماهير وانتشار الثقافة العامة وأدوات الاتصال فالفرد لا يتأثر إلا بما يراه ويسمعه لذا أصبحت وظيفة التأثير شاقة لابد من أن تعتمد على التسويق والإقناع ما يتطلب الاستفادة من الدراسات العلمية.

ب -العلاقات العامة وظيفة استشارية :يعتبر مدير العلاقات العامة مصحح الإدارة ومشجعها على اتخاذ السياسات والقرارات لتلقي قبول الجمهور، بناءا على ذلك فان العلاقات العامة تبقى مسؤولية الإدارة العليا في المؤسسة حتى في حالة وجود وحدة خاصة للنشاط.[2]

02- برامج العلاقات العامة:

تقوم على ثلاث خطوات أساسية هي البحث والتخطيط والتقويم وهي معروضة كالتالي:

[1] محمد صاحب سلطان :العلاقات العامة ووسائل الاتصال، ط1 ، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، .2011 ص149 .

[2] صباح حميد علي وغازي فرحان أبو زيتون :الاتصالات الإدارية أسس ومفاهيم، ط1 ، دار الحامد للنشر والتوزيع، - 21.عمان، الأردن، 2007 ، ص20 .

-البحث:تتضمن عملية البحوث في برامج العلاقات العامة عدة خطوات أساسية أهمها ما يلي:

أ -تحديد المشكلة والهدف من البحث ووضع الفروض:

يتم تحديد المشكلة من خلال، دراسة الظاهرة وتحليلها، وتحديد أسباب عدم التوازن في المواقف الخاصة بها ، ثم القيام بالتشخيص الدقيق للمشكلة، ويتأتى ذلك من خلال الدراسة الاستكشافية.

بعد ذلك يتم تحديد الهدف الرئيسي من إجراء البحث، وكذلك مجموعة الأهداف التفصيلية، وأخيرا

فإنه يتم صياغة الفروض، والتي تعبر عن تفسيرات محتملة للمشكلة استنادا إلى طبيعة برنامج العلاقات العامة[1].

ب -إعداد البرنامج التفصيلي للبحث:

وتعتبر هذه الخطوة بمثابة العمود الفقري لبحث العلاقات العامة، وتعتمد بصفة أساسية على الخطوة السابقة الخاصة بتحديد وتشخيص المشكلة، وتحديد الهدف ووضع الفروض، ويدخل ضمن هذه الخطوة تحديد نوعية البيانات والمعلومات اللازمة لإجراء البحث وأساليب الحصول عليها وكذلك اختيار نوع العينة، وتحديد مفرداتها من مجتمع البحث.

ج -جمع وتنقيح البيانات والمعلومات:

حيث يتم تدريب وإعداد وتهيئة الباحثين اللازمين لجمع البيانات من مصادرها الأولية،بأسلوب علمي يتناسب مع متطلبات الواقع الميداني، مثل عدم وجود بعض مفردات العينة.

[1] ناصر دادي عدون :الاتصال ودوره في كفاءة المؤسسة، د ط، دار المحمدية العامة، الجزائر، د سنة، ص155 .

تحليل البيانات والمعلومات والتأكد من مدى صحة الفروض وتهدف هذه الخطوة إلى الربط بين المتغيرات التي يتم جمع البيانات والمعلومات منها من ناحية، والأرقام الموضحة بالجدول من ناحية أخرى، واستقرار الأرقام واستخدام أساليب التحليل الإحصائي، والدراسة التحليلية ثم استخلاص النتائج التي تثبت صحة الفروض أو خطئها التخطيط

تمر عملية التخطيط بصفة عامة بعدة مراحل أهمها:

أ –دراسة وافية لكافة الظروف والمتغيرات المحيطة بالمؤسسة حاليا ومستقبلا والتي تؤثربشكل أو بآخر على تحقيق أهدافها.

ب –تحديد مجموعة من الافتراضات عما سيكون عليه الحال في المستقبل،؟ وذلك بناءا على الخبرات المتراكمة في الماضي لدى القائمين على عملية التخطيط.

ج –تحديد الأهداف التي تسعى المؤسسة إلى تحقيقها خلال المدى القصير والمدى المتوسط والمدى الطويل.

د –تحديد الموارد والإمكانيات البشرية والمادية والفنية اللازمة لتحقيق هذه الأهداف.

هـ –دراسة إمكانية الاستفادة القصوى من هذه الموارد والإمكانيات بما يحقق الأهداف في أسرع وقت وبأقل جهد وبأقل تكلفة.

تحديد التوقيت اللازم لانتهاء من تنفيذ الخطة ككل، وكذلك الوقت اللازم للبرامج، للانتهاء من تنفيذ كل خطة فرعية منبثقة منها.

ز –وضع البرامج الزمنية، وترتبط الخطوات التنفيذية للخطة، بما يؤدي إلى وضع جدولة زمنية دقيقة لها.

ح –إعداد الموازنة التقديرية وتحديد الإجراءات العلمية والعملية اللازمة لأحكام الرقابة على التقويم:

إن عملية التقويم لأي برنامج لا تتم كأجزاء أو قطع منفصلة أو مستقلة عن بعضها البعض،بل يجب أن ينصب التقويم على البرنامج ككل، والبرامج الأخرى السابقة اللاحقة لذات البرنامج، بل والأخذ في عين الاعتبار برامج العلاقات العامة للمؤسسات المنافسة في المجتمع، وكذلك مراعاة المتغيرات البيئية والمحلية والدولية التي تؤثر بشكل أو بآخر على المؤسسة، وبالتالي على برامج العلاقات العامة، وعلى ذلك يجب أن تكون هناك مراجعة دورية شاملة للنتائج الكلية في ضوء الأهداف المحددة وذلك على النحو التالي:

فيما يتعلق بالأهداف :هل هي محددة بوضوح؟ وهل هي مفهومة لدى كافة العاملين في أقسام وإدارات المؤسسة؟ وهل هناك حاجة إلى الحصول على موافقة جهة معينة على هذه الأهداف ؟ وهل هذه الأهداف في حاجة إلى تطوير يتماشى ويتناسب مع المستجدات؟[1]

ب –**فيما يتعلق بالتنظيم** : هل هناك ترابط بين وظائف العلاقات العامة ، أم أنها موزعة بين اكثر من إدارة؟ وهل يتمتع مسؤول العلاقات العامة بالمساندة والتأييد الكافي من جانب الإدارة ؟ وهل عدد ومهارات المستغلين بالعلاقات العامة يضمن تحقيق أهدافها ؟

فيما يتعلق بالمضمون :هل البرامج والأنشطة تعطى اعتبارا كافيا لكل فئات وشرائح الجمهور مستهلكون / عاملون / مساهمون / موردون / مؤسسات مالية / وسائل إعلام/ مؤسسات تعليمية .

د –**فيما يتعلق بقياس النتائج** :هل هناك العاملون والموارد الكافية والقيادات الإدارية الواعية لقياس نتائج العمل ؟ وإلى أي مدى يمكن مقارنة هذه الأنشطة بمثيلتها في المنظمات الأخرى الزميلة والمناقشة ؟ هل ثم التفكير في الاستعانة بمستشار خارجي للعلاقات العامة بشكل شامل دوريا ؟

1فهي محمد العدوي :مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011 ، ص 165،

هـ –فيما يتعلق بالرقابة :ما هي الخطوات التي تم اتخاذها لإحداث التحسين المستمر مستقبلا في برامج العلاقات العامة، وذلك استنادا إلى نتائج المراجعة الشاملة الدورية؟ ما هي الخطوات اللازم اتخاذها في السنوات المقبلة ؟

- **أنواع العلاقات العامة:**

توجد معايير عديدة لتقسيم العلاقات العامة، فهناك من يقسمها من حيث طبيعة الاتصال وهناك من يقسمها من حيث طبيعة النشاط الممارس واختصاصاته، وآخرون يقسمونها وفقا لمجالات التطبيق وفريق رابع يقسمها وفقا لنوع الجمهور .

من حيث طبيعة الاتصال:يمكن تقسيم العلاقات العامة إلى نوعين بسيطة ومركبة

العلاقات العامة البسيطة:

هي التي يكون اتصال الطرفين فيها اتصالا سهلا ومباشرا دون حاجة إلى وسيط لهذا الاتصال نظرا لأن الجماهير التي يتصل بها صغيرة ومحدودة، ومن هذا القبيل علاقة الطبيب بمرضاه، إذ أن مرضاه محددين يمكنهم أن يحسوا بالمعاملة الطيبة التي يعاملهم بها الطبيب وفي نفس الوقت فإن الطبيب يلمس ثقة المرضى وإقبالهم عليه أو إعراضهم عنه نتيجة هذا التعامل معهم[1].

وفي هذه العلاقات البسيطة نجد أن تبادل المصالح بين طرفين أمر سهل وميسور بسبب سهولة الاتصال الشخصي بين الأفراد ونظرا لان العدد محدود، فلا تحتاج هنا لوسائل الاتصال الجماهيرية.

[1] شريفة رحمة الله سليمان :دور الاتصال والعلاقات العامة في الحكومة الإلكترونية، مركز الإمارات للدراسات والبحوث، ط1.2009 ص11 .

ب –العلاقات العامة المركبة

وهي العلاقات التي يتعذر فيها اتصال الطرفين اتصالا مباشرا أو يستلزم الأمر وسائل يتم بها هذا الاتصال، وهو ما تطلق عليه وسائل الاتصال الجماهيرية، وأمثال العلاقات العامة نجدها في كثير من الوزارات والمصالح والمؤسسات، فالاتصال مثلا بالجمهور الخارجي لأي قطاع من هؤلاء وهم يعدون بالملايين يتم فيه بصورة غير مباشرة عن طريق وسائل الاتصال الجماهيرية وهي المهمة التي أصبح يقوم بها اليوم خبراء ومتخصصون في العلاقات العامة[1]

2– **من حيث طبيعة النشاط الممارس واختصاصه** :تنقسم داخل المجتمع الإنساني إلى:

- **علاقات اجتماعية:**

هي الروابط والآثار المتبادلة بين الأفراد في المجتمع ، وهي تنشأ من طبيعة اجتماعاتهم وتبادل مشاعرهم وأحاسيسهم ، واحتكاك بعضهم بالبعض الأخر ومن تفاعلهم في المجتمع ويزداد اهتمام العلاقات الاجتماعية بالسلوك الاجتماعي الذي يكشف عنه التفاعل بين أعضاء الجماعات بهدف تفهم طبيعة العلاقات الاجتماعية و هو ما يطلق عليه إعادة أسلوب عمل الجماعة ويمكن اعتبار الفئة الاجتماعية أصغر وحدة يحدث فيها التفاعل بين الفرد والآخرين وهذه العلاقات تنقسم إلى:

- **علاقة إيجابية :**

وهي تلك العلاقات التي تؤدي إلى الملائمة والوفاق بين رغبات أفراد الجماعة الواحدة أو تلك التي تجمع بين مصالح المجتمع ككل ، والجماعات الأخرى الخارجية عن نطاقها الداخلي والمشتركة معها في إطار المجتمع

[1] زياد عمر شرمان :عبد الغفور عبد السلام، مبادئ العلاقات العامة، ط1 ، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن،2011ص99

العام وهذا النوع من العلاقات يعمل إيجاد نوع من التعاطف والمشاركة الوجدانية و الألفة والتضامن الجماعي والتعاون في كافة مظاهر النشاط الاجتماعي ، ويرمي إلى الإبقاء على مقومات الجماعة ، وأسس تكوين المجتمع ، وهذه العلاقات يطلق عليها العلاقات و يطلق عليها العلاقات المجمعة كما تسمى أيضا بالعلاقات البناءة.

- **علاقة سالبة:**

تتحدد مظاهر العلاقات السالبة من عناصر التفرقة والخلاف والتقاعد، وتعمل على التباعد والانعزال و النفور و الاشمئزاز و الكراهية ، وعدم الثقة والمجافاة، و التسلط والاعتداء ، فهي ترمي إلى هدم وتعويض دعائم التنظيم الاجتماعي.

- **العلاقات الإنسانية:**

- نشأت العلاقة الإنسانية منذ أن خلق الإنسان على وجه الأرض ، بعواطف إنسانية حسنة ويطلق عليها روح الجماعة التي تدعم مع معاملاتهم، وتقويها برباط إنساني هادف، وهي توجد بين كل الجماعات سواء ظهرت في شكل أسرة أو قبيلة أو في صورة هيئة أو مؤسسة[1].

ولما كانت المؤسسات الصناعية تضم جماعات عديدة من عمال يعملون في مهنة واحدة كان لابد أن تنظم العلاقات بينهم على أساس إنساني، حيث شهد العالم حربا بين الإدارة والعمال من جانب وبين الآلات والعمال من جانب آخر، وبذلك فإن فكرة العلاقات الصناعية، هي كيفية الربط بين عوامل الإنتاج وبين الإنسان، وذلك بخلق رواج الإخاء بين الأفراد و وظائفهم ، و إزالة أسباب المنازعات العمالية، وتعرف العلاقات الإنسانية في

[1] دبور فضيل :اتصال المؤسسة اشهار العلاقات العامة مع الصحافة، دار الفجر، القاهرة، .ط1 ،2003،ص56.

الصناعة بأنها خلق جو من الثقة و الاحترام المتبادل و التعارف الفعال بين أصحاب العمل والعمال هدف زيادة الإنتاج .[1]

- **العلاقات الصناعية:**

هي العلاقات الصناعية أو علاقات العمل ، وهي العلاقات التي تنشأ و تنمو بسبب الاستخدام، وهي تشمل تبعا لذلك العلاقات بين العمال و الموظفين ، وبعضهم البعض وبينهم وبين رؤسائهم أو مديرهم ، وكذا علاقتهم بالمؤسسة التي تستخدمهم ،كما تتمثل العلاقات بين الإدارة ونقابات العمال وبين أصحاب العمل ومؤسسات العمل و الحكومة، وعلاقات العمل هي علاقات إنسانية متطورة لأنها من صميم حياة الملايين من البشر الذين يعملون ليعيشوا كما أنها تخضع لنفسية الإنسان المتحركة بطبعها ، وتتأثر بالبيئات المادية وما يطرأ عليها من تعديلات لأنها دائمة.

من خلال ما سبق نستنتج أن العلاقات العامة من حيث طبيعة النشاط الممارس تنقسم إلى علاقات اجتماعية التي تعني تلك الروابط التي تنشأ تبادل المشاعر والأحاسيس والاحتكاك بين الأفراد ببعضهم البعض، وعلاقات إنسانية عن طريق خلق جو من الثقة والاحترام المتبادل والتعاون الفعال بين أصحاب العمل والعمال علاقات صناعية وهي علاقات تتم بين أصحاب العمل وبين مؤسسات العمل والحكومة[2].

-تقسيم العلاقات العامة وفقا لمجالات التطبيق:

ترجى الإشارة إلى أننا تطرقنا إلى الهم مجالات التطبيق وليس كلها وذلك حسب ما توفر من مراجع وهي كالتالي:

أ -العلاقات العامة في المؤسسات التجارية :

[1] بلخيري رضوان، سارة الجابري :مدخل للاتصال والعلاقات العامة، جسور للنشر والتوزيع، ،ط1 عمان،2013،ص35.
[2] دبور فضيل :اتصال المؤسسة اشهار العلاقات العامة مع الصحافة ، مرجع نفسه،ص55.

موهي تتمثل في علاقات المنتج مع كل من المورد والمستهلك، وكذلك العلاقات بين أقسام المؤسسة التجارية المختلفة والعلاقات العامة في الأسواق والتجارة لا تعني القدرة والمهارة في الغش ، ولا تعني فقط الأدب في المعاملة وإنما تعني الخدمة الحقيقية للعميل القائمة على العلاقة المتبادلة المفعمة بالأمانة والصدق، حتى يصبح رضا العميل عن المؤسسة وثقته فيها ناتجة عنه .

حيث تساعد العلاقات العامة عملية التسويق بغرس اتجاهات الزبائن الإيجابية نحو المؤسسة،وتساعد بتشجيع قيام علاقات إيجابية بين الموظفين والإدارة والعمل واسطة بين المؤسسة والمشرعين الحكوميين، وتقوم بتأكيد الصورة الإيجابية للمؤسسة في مجتمعنا صالح خليل أبو أصبع.[1]

العلاقات العامة في المؤسسات الصناعية لما كانت ثقة الجماهير في المؤسسات الصناعية هي الدعامة للنجاح والازدهار والتقدم، وهذه الثقة تتمثل في مؤازرة هذه الجماهير، ولما كانت الأجهزة الإدارية المسؤولة عن المؤسسات الصناعية، نهتم بمعرفة مواقف الجماهير ليس فقط من السلع التي تنتجها ولكن منها أيضا ككيان

يؤدي إلى خدمة المجتمع.

ولهذا أصبح المسؤولين عن هذه المؤسسات الصناعية في كثير من المجتمعات الحديثة وخاصة المتقدمة منها يؤمنون بضرورة وجود جهاز متخصص ومسؤول عن رعاية ثقة الجماهير ودعمها والمحافظة عليها، أي بضرورة وجود جهاز العلاقات العامة إلى جانب الأجهزة الأخرى المتخصصة في مجالات الإنتاج والمبيعات والحسابات ويصبح هذا الجهاز مسؤولا عن خلق الثقة مع الجماهير ودعمها والمحافظة عليها مما جعل المناخ الذي تمارس فيه المؤسسة نشاطها أكثر ملائمة.

[1] دبور فضيل :اتصال المؤسسة إشهار العلاقات العامة مع الصحافة، مرجع نفسه،ص89.

ولهذا كله فإن إدارة العلاقات العامة للمصانع الحديثة تعمل جهدها لتوفير أسباب الراحة المادية والنفسية للعامل وأسرته، ورفع مستواه من النواحي الثقافية التي تفيده في عمله والنواحي المعيشية والاجتماعية بصفة عامة، حتى أصبحت بعض المؤسسات تنظر إلى العامل على أنه شريك في المؤسسة بعمله وعرقه ولهذا يعتبر شريكا في الأرباح لا مجرد أجير يمكن استغلاله .

ج –العلاقات العامة في المؤسسات المالية:

ويقصد بها البنوك بجميع أنواعها والثقة بالنسبة لها أمر حيوي وبالغ الحساسية، لأنها لا توفر سلعة مادية ولكنها تقدم خدمة، ورغم أن الخدمات التي تقدمها البنوك إلى العملاء واحدة، إلا أنها تختلف في الكيفية التي تقدمها إلى عملائها ولذلك فإن نجاحها يتوقف أساسا على كيفية هذه الخدمة، والتي تعتمد بدورها اعتمادا بالغا على العامل الإنساني[1].

وتتعد الأنشطة التي تمارسها العلاقات العامة، وتتنوع لخدمة المؤسسات المالية وتستخدم في ذلك كل الأسس العملية التي تجعل منها أداة فعالة لصالح هذه المؤسسات من ناحية ولصالح مجتمعاتها من ناحية أخرى.

- **العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية:**

إذ كانت الوسائل الإعلامية تعتبر من الوسائل المهمة للعلاقات الحديثة فإنه يبقى أن يكون معروفا أيضا أن هذه الوسائل تعتبر أيضا مجالا من مجالات التي تطبق فيها العلاقات العامة في المجتمع الحديث فحاجة العلاقات العامة إلى هذه الوسائل لا تقل عن حاجة هذه الوسائل للعلاقات العامة، ذلك لأن هذه الوسائل جماهيرها

[1] عبد اللطيف فاربي وأخرون :علوم الإعلام و الإتصال، الدار البيضاء، مطبعة النجاح، 2013،الجزائر ،ص96.

النوعية المتعددة ترتبط مصالحها بها ويهمها أن تحافظ على ثقتها ومساندتها المادية والمعنوية، حتى يتوفر لها المناخ الملائم لتأدية رسالتها في المجتمع الحديث .

الخصائص:

-عملية علاقات مع الجماهير (داخلية، وخارجية).

-عملية اتصال موجه نحو جمهورها.

-تختلف أهدافها ووظائفها وأنشطتها على العلاقات الصناعية التي ترتكز على الإنتاج ومعاملة الفرد كآلة يراعى مشاعره فيها.

-ترتكز باتصالاتها بالدرجة الأولى على الإعلام ونشر الحقائق والمعلومات الصحيحة.

-تستخدم كافة الوسائل الأشكال، القنوات، الأساليب، بشكل متكامل لتحقيق أهدافها.

-ترتكز في نشاطاتها الاتصالية على الجمهور الداخلي والخارجي.

أهمية العلاقات العامة:

-التعريف بنشاط الجهاز وكسب تأييد الجمهور والرخص عنها.

-البحث وجمع المعلومات وإجراء بحوث الرأي والاستطلاع للجمهور والشركات المنافسة.

-الاتصال :توفير قنوات الاتصال المناسبة في الاتجاهين من المنظمة إلى الجماهير أو الاتصال الشخصي أو الجماهيري ، تخطيط برامج العلاقات العامة وتنفيذها :خطط وقائية، علاجية طويلة، قصيرة ومتوسطة المدى.

-التقييم لبرامج وخطط المؤسسة[1].

-التنسيق :بين إدارات المؤسسة المختلفة وبين جماهيره

إحاطة الإدارة العليا بردود الفعل التي تحدثها سياسة المؤسسة على نفوس الجماهير لتسهيل الحصول على البيانات والحقائق من الجمهور الداخلي والخارجي مباشرة.

-توفير الوقت والخبرة مما يسمح بتوجيه الجمهور عن طريق تصريح سياسة المؤسسة.

-المساعدة في تخطيط الاتصال داخل المؤسسة بين مختلف مستويات التنظيم.

-التوفير في النفقات لأن أجور العاملين في العلاقات العامة بالمؤسسة أقل من المكاتب الاستشارية

-المساهمة في تكوين الإطار المتخصص وإيجاد مجموعة خبراء والإطلاع على كافة النشاطات.

أهداف العلاقات العامة

تسعى العلاقات العامة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف يمكن إجمالها في الآتي:

- تحسين السمعة أو الصورة لدى الجماهير عن المؤسسة:

وذلك من خلال التقديم الجيد للمؤسسة، وشرح سياستها وأهدافها كما تقدم كل المشروعات صغيرة كانت أو كبيرة حكومية أو خاصة، ونفسرها تفسيرا جيدا حتى تضمن السمعة الجيدة لدى جمهورها السلام . ويكون ذلك عن طريق برامج توطيد السلعة وتنظيم الزيارات الجماهيرية للمؤسسة، أو تنظيم المعارض أو من خلال مساهمة المؤسسة في

[1] صالح بن نوار، الاتصال في المؤسسة، مخبر بحث علم الاجتماع الاتصال للبحث والترجمة، الجزائر، **2003** ص **52**.

أنشطة المجتمع المحلي، التي تمكن من زيادة المبيعات، كما تساهم أيضا في الأنشطة الثقافية والرياضية أو الفنية والاجتماعية، والهدف الكلي من ذلك هو الترويج لاسم المؤسسة وتحسين سمعتها .[1]

- **كسب الجمهور الداخلي:**

أن تعمل العلاقات العامة على إشعار العاملين بأهميتهم داخل المؤسسة وذلك بتحسيسهم بالانتماء والمساهمة في حل مشاكلهم الخاصة، ومحاولة توفير لهم ما يعرف بالاستقرار الوظيفي كما تشجع الأنشطة الثقافية والاجتماعية والرحلات الرياضية للترفيه عن العامل.

- **كسب ثقة الجمهور الخارجي:** تعتبر كسب ثقة الجمهور الخارجي من أهم أهداف و أنشطة العلاقات العامة، فعلى أي مؤسسة أن تقوم بتحديد أهم الجماهير المتصلة بها، ثم تسعى بعد ذلك إلى تدعيم علاقتها معها .والعمل على إرضائهم بما يحقق الفائدة لجميع الأطراف .[2]

وندعم هذه الأهداف بهدفين آخرين هما:

-معرفة اتجاهات الجمهور الحقيقية نحو نشاطات المؤسسة وعرضها على قيادة هذه المؤسسة.

-إعلام الجمهور بنشاط المؤسسة وبرامجها، وأهدافها الأساسية لكسب تعاونه تستطيع أجهزة العلاقات العامة أن نجد لنفسها جملة من الأهداف تساعد فيها المجتمع على مواجهة التحديدات الاقتصادية والإدارية والسياسية والاجتماعية ومن المعروف أن العلاقات العامة تسعى لإقامة علاقات طيبة مع جمهورها الداخلي والخارجي.

فقواعد وأصول العلاقات العامة تنص على وحدة هذه الأهداف على النحو التالي:

---

[1] فهمي محمد العدوي ، مرجع سبق ذكره، ص 166 ،165.

1مصطفى حجازي، الاتصال و العلاقات الإنسانية و الإدارية، دار الطلبة، بيروت،1998،ص65.

-تحقيق السمعة ودعم الانطباعات الجيدة عنها.

-الترويج لمنتجات المؤسسة أو خدماتها لتنشيط المبيعات.

-تنمية شعور العاملين بالانتماء إلى المؤسسة وكسب تأييده وولائهم لها كما حدد الدكتور صالح خليل أبو أصبح مجموعة أهداف المتمثلة في:

-دعم سياسات المؤسسة وتقبل الجمهور لها.

-تنمية التفاهم المشترك والمتبادل بين المؤسسة والجمهور.

-تعزيز ثقة الجمهور بالمؤسسة.

-تقييم اتجاهات الجمهور والتنبؤ بها والاستجابة لها.

-العمل كنظام تحذير مبكر يساعد الإدارة في اتخاذ القرارات.

-توسيع مجال خدماتها وأسواقها وتقليلها لدى جمهور أوسع.

خلاصة الفصل:

نستنتج من خلال ما تم عرضه في الفصل الثاني أن العلاقات العامة وجدت منذ القدم وتطورت مع تطور الفرد والمؤسسات في المجتمع، هذا ما انعكس على العلاقات العامة وأعطاها مفاهيم جديدة وخصائص بينت أهميتها البالغة وضرورة وجودها في المجتمعات بصفة عامة وفي المؤسسات بصفة خاصة.

الفصـــل الثاني
الإتصـال الداخـلي في المؤسسة

الفصل الثاني : الإتصال الداخلي في المؤسسة الخدماتية

_ تمهيد

_ الاتصال الفعال لدى المؤسسة الخدماتية

_ أهمية الاتصال في المؤسسة الخدماتية

_ متطلبات الاتصال في المؤسسة الخدماتية

_ خلاصة الفصل

تمهيد

يعتبر الاتصال من أبرز العوامل التي أنشأت علاقات اجتماعية بين الأفراد ، و أن الحاجة إليه جعلته يمر بعدة مراحل نحو التطور المستمر ، مكنت هؤلاء الأفراد من تنظيم و تنسيق الأعمال والنشاطات فيم بينهم من خلال تبادل معلومات وأفكار والتي تكّون أولا وأخيرا مضمون الاتصال.

وكذالك بالنسبة للمؤسسات ، أصبح الاتصال الداخلي يحضى باهتمام بالغ من طرف المفكرين و المسيرين كونه أحد العوامل التي تسعى من خلاله المؤسسة لتحقيق أهدافها والوصول إلى حل مختلف مشاكلها ، فهو يعمل على تسيير وتنظيم العلاقات داخلها ، إذ على قدر ما يكون الاتصال فعال تكون النتائج مبينة بصفة إيجابية في حسن سيرورة و انسياب المعلومات بين أطراف العملية الاتصالية ، وبقدر ما كانت الاتصالي في المؤسسة غير فعال فإنه يصبح وسيلة عرقلة للمؤسسة من خلال عدم دوران المعلومات بين أطراف العملية الاتصالية.

أولا : الاتصال الفعال لدى المؤسسة الخدماتية

مفهوم الاتصال الداخلي في المؤسسة:

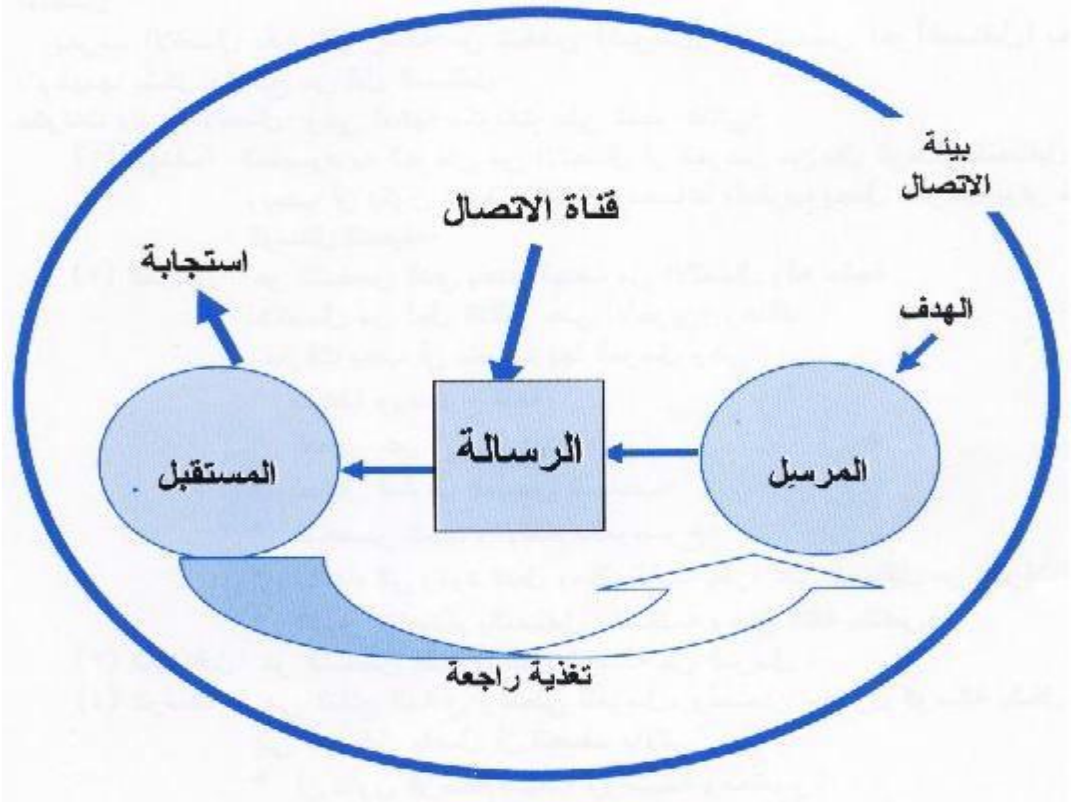
يقصد بالاتصال الداخلي عملية نقل وتبادل المعلومات الخاصة بالمؤسسة داخلها وخارجها وهو وسيلة لتبادل الأفكار والاتجاهات والرغبات و الآراء بين أعضائها ، وذلك يساعد على الارتباط والتماسك ، ومن خلاله يحقق المسؤول أو معاونوه التأثير المطلوب في تحريك الجماعة نحو الهدف ، ويعتبر الاتصال أيضا أداة هامة لإحداث التغيير .في السلوك البشري ويعرفه إبراهيم أبو عرقوب بأنه" : عبارة عن اتصال المنطوق والمكتوب يتم داخل المؤسسة على المستوى الفردي والجماعي.[1]

ويساهم في تطوير أساليب العمل وتقوية العلاقات الاجتماعية بين الموظفين في حين يعرفه فؤاد شريف على أنه" : مجموعة من الإجراءات والطرق والوسائل والترتيبات التي تكفل إنتاج .وتوصيل واستخدام البيانات اللازم توفيرها لاتخاذ قرارات سليمة الاتجاه صحيحة التوقيت أما محمد فهمي العطروزي" فيعرف الاتصال داخل المؤسسة بأنه عملية تتم عن طريقها إيصال المعلومات سواء كانت معلومات علمية أو تعبيرية ومن أي عضو في الهيكل التنظيمي في المؤسسة إلى عضو آخر ، وقد يكون الاتصال من مستوى اقل والعكس ، أو في مستوى أفقي يهدف إلى إحداث تغيير من أي نوع ، ويكون الاتصال إما للحصول على معلومات وبيانات أو لإعطاء تعليمات وتوجيهات بقصد أداء وتسير العمل وعلى ذلك يصبح [2] .

[1] فؤاد شريف،نظام الاتصال وعملية الإدارة،المعهد القومي للإدارة العليا، القاهرة،الطبعة الثانية، **1967** ،ص**07** .

[2] إبراهيم أبو عرقوب،الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي،دار محمد لاوي، الأردن، 1993 ،ص163 .

الاتصال أداة من الأدوات التأثير على الأفراد ووسيلة فعالة لإحداث التغيير في سلوكهم ومنه فالاتصال الداخلي هو عملية نقل المعلومات و المهارات والاقتراحات من طرف لآخر داخل المؤسسة سواء كان ذالك الطرف شخص



أو

شكل رقم 02: الإتصال الداخلي

أنواع الاتصال الداخلي:

يشمل الاتصال الداخلي نوعين هما:

_1الاتصال الرسمي : وهو الاتصال الذي يكون في إطار الأسس و القواعد التي تحكم المؤسسة ، فهو الذي يتم غالبا ما في إطار التنظيم أي له إجراءات وقواعد رسمية يسير وفقها ، وتكون واضحة وبينه لجميع أفراد المؤسسة، لتكون موثقة بصورة مكتوبة ورسمية[1] .فهو يعتمد على المذكرات أو التقارير أو الاجتماعات الرسمية أو الخطابات

[1] ربحي مصطفى عليان،وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم ، الطبعة الاولى،دار الصفاء ،عمان، 1999 ،ص77

أو ما شابه ذلك ، والجدير بالذكر أن الاتصال الرسمي قد يكون صاعدا أو نازلا أو أفقيا بين العاملين ، ويتم عبر التسلسل التنظيمي للمؤسسة وهذا التنظيم هو الذي يحدد المسؤوليات وتقسيم العمل والعلاقات الوظيفية داخل المؤسسة تشمل الإدارة والعمال ويحمل كل ما تريد جهة معينة إيصاله إلى جهة أخرى.

ويتصف الاتصال الرسمي عادة بما يلي:

قانوني ، مكتوب ، يتعلق بالعمل مباشرة ، ويتم داخل التنظيم ويتعلق به وهو ملزم للأطراف.

وهذه أهم صفات الاتصال الرسمي أما أهدافه فتتمثل في:

نقل الاقتراحات والتوجيهات والتقارير والأوامر والتعليمات وإعلام كل فئات المؤسسة بالأهداف المراد الوصول إليها. وفيما يخص التأثير على العمال فيتجلى عندما تتحكم المستويات العليا في العملية الاتصالية وعندما تكون مبادر .مقبولة لديهم كما يعتمد الاتصال الرسمي على وسائل عديدة منها : الخطابات ، المنشورات بكافة أنواعها، التقارير ، المذكرات ،الأوامر ، القرارات الإدارية[1].

وتتخلص هذه الوسائل في رسائل سمعية بصرية ، كما تأخذ الاتصالات الرسمية ثلاث اتجاهات مختلفة تتمثل فيما يلي:

أ _**الاتصال النازل من الأعلى إلى الأسفل** : هي الاتصالات التي تبدأ من أعلى التنظيم إلى أسفله أي من مستوى إداري أعلى إلى مستوى إداري أدنى وهي غالبا ما تستخدم في الأمر والتوجيه والتعليم . تكون وسائلها شفهية كالأوامر الشفهية ، المناقشة ، المحاضرات ، المؤتمرات ، الهاتف وقد تكون كتابية كالنشرات ، الخطابات ،

[1] . محمد مزيان،الاتصال المؤسساتي الانواع والانماط الحوليات، جامعة الجزائر، الجزء الأول، العدد 11 ، دار الحكمة، الجزائر، أفريل، 1998 ، ص97

الكتيبات ، المذكرات هذا النوع من الاتصال يمكن المدير من نقل أفكاره إلى مستويات الدنيا ، التي يقع على عاتقها واقع التنفيذ ويمكن المرؤوسين من التعرف على مشكلات التنظيم وتفهم طريقة العمل المطلوب الاتصال الصاعد من الأسفل إلى الأعلى:

ويتم هذا الاتصال من المستويات الدنيا القاعدة إلى المستويات العليا القيادة في المؤسسة ، وعلى الرغم من انتشار الاتصال النازل ، إلا أن الاتصال الصاعد لا يقل ، وتكون في المادة المنقولة أو المرسلة من القاعدة إلى القيادة أهمية عنه لأنه يعبر عن مدى ديمقراطية المؤسسة عبارة عن تقارير وشكاوي واقتراحات وملاحظات إلى الإدارة العليا[1].

وعلى الرغم من هذه الأهمية ، إلا انه تواجه مشاكل وعقبات حيث غالبا ما يحول بعض المدراء دون وصول المعلومات إلى الرئيس الأعلى ، وخاصة إذا كانت تحمل أخبار تسيء إلى المؤسسة أو تسبب له الإزعاج بالإضافة أيضا إلى بعد المسافة التي ترتبط بين الإدارة العليا والمستويات التنظيمية الدنيا وانتشار ظاهرة الخوف لدى المرؤسيين الذي يقابله عزلة الرؤساء.

ويمكن للمدراء زيادة فعالية الاتصال الصاعد وذلك من خلال إظهار المزيد من الاهتمام والاستعداد لتقبل الاتصالات وإتاحة الفرصة للمرؤسيين للتعبير عن مواقفهم وإشعارهم بأهميتهم في المؤسسة.

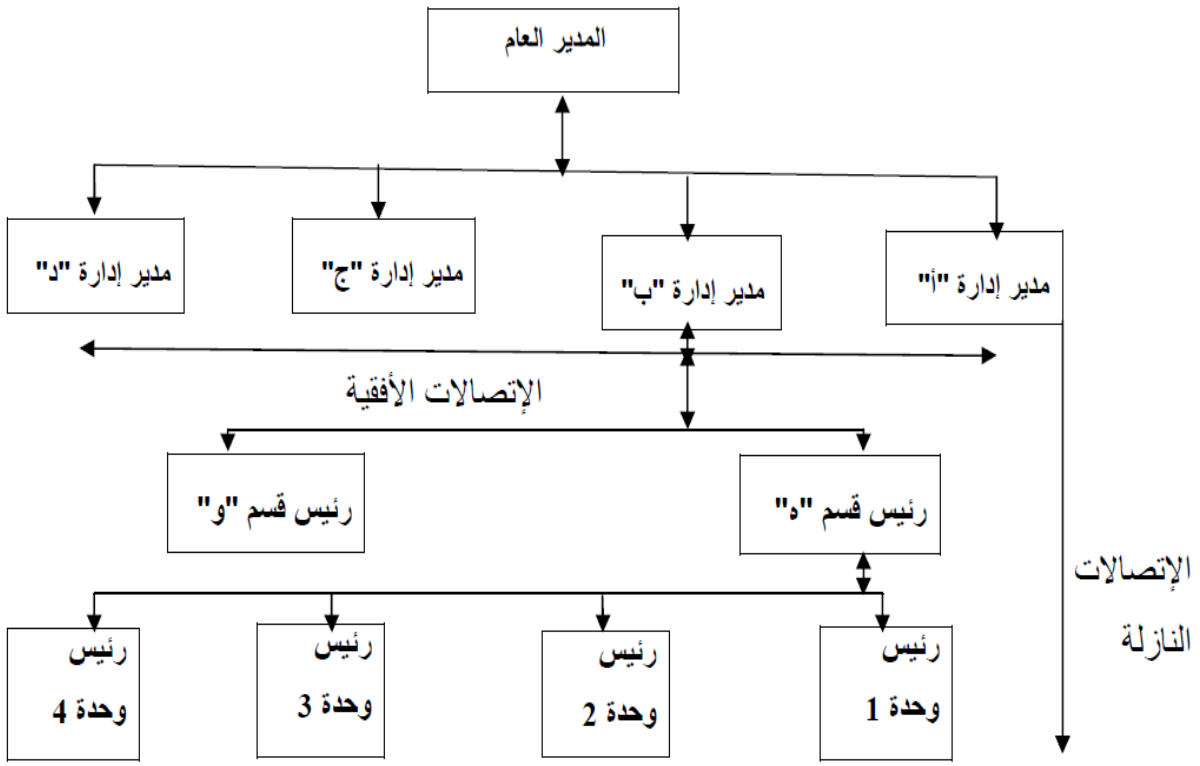
ج _الاتصال الأفقي :

وهو اتصال يتم بين أفراد المؤسسة لهم نفس المستويات ، كالاتصال بين الموظفين أو الاتصال بين رؤساء الأقسام أو بين المدراء أي نفس المستوى الرسمي للمؤسسة . ويتم هذا النوع من الاتصال بين الموظفين بغية

[1] -إبراهيم عبد العزيز شيحا ،أصول الإدارة العامة ،منشأ المعارف ،الإسكندرية ، **1993** ،ص.**333**

تحقيق التعاون وحل المشكلات وتبادل الأخبار والأفكار ووجهات النظر والمعلومات والخبرات شفهيا وبطريقة مباشرة دون أي عوائق إدارية .وهو بذلك يكون أقرب إلى الاتصال غير الرسمي منه إلى الاتصال الرسمي، ومن الوسائل التي يعتمد عليها هذا النوع من الاتصال ، اللقاءات ، تبادل الزيارات، الاجتماعات، اللجان والسلوكيات المختلفة أثناء العمل[1] . ومن أبرز ما يحققه الاتصال الأفقي ما يلي:

تكامل الجهود مصالح المؤسسة أو تماسك موظفيها على اختلاف مستويات ، روح التعاون؛ _الاستفادة من تجارب الآخرين وخبراتهم ، _يسمح بالاتصال المباشر.



شكل رقم 03 : الاتصال الأفقي

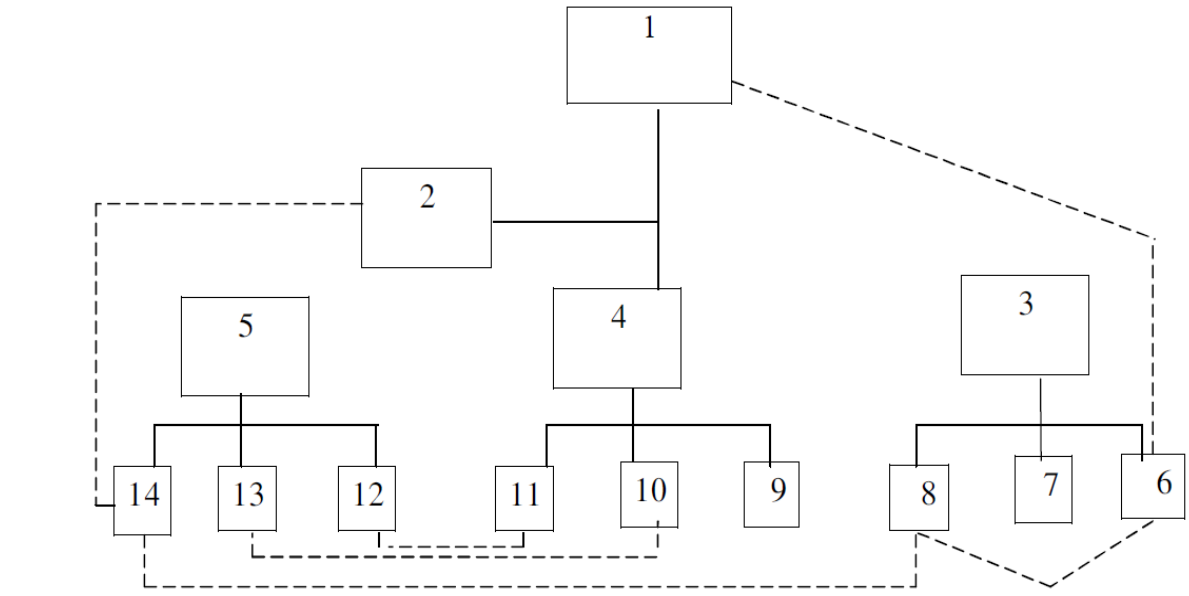
[1] محمد مزيان،مرجع سابق،ص111 .

المصدر: محمد ناصر، العديلي، السلوك الإنساني والتنظيمي من منظور كلي مقارن ، معهد الإدارة العامة ، الرياض1995 ص 470.

الاتصال غير الرسمي:

هذا الاتصال لا يخضع لقواعد و إجراءات و قوانين إدارية مثبتة و مكتوبة و رسمية ومتفق عليها ، كما هو الحال في الاتصال الرسمي، ويتم غالبا خارج عن القنوات الرسمية داخل التنظيم، كما يتم بين مستويات إدارية مختلفة متخطيا خطوط السلطة الرسمية.

لا يتم الاتصال غير الرسمي داخل التنظيم فقط ، بل قد يتعداه إلى خارج التنظيم من خلال الاتصالات الشخصية و اللقاءات و الحفلات و الرحلات و الاجتماعات غير الرسمية ، ويجب على الإدارة استغلال الاتصال غير الرسمي ايجابيا ، وعدم السماح له بالتأثير سلبيا على التنظيم من خلال التشويش بأشكاله المختلفة، كالإشاعات الكاذبة وغيرها.[1]



شكل04 : الاتصالات الرسمية و غير رسمية

[1] محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى ،القاهرة ن 2004 ص22 .

1- شبكة الاتصال الرسمي : خطوط مستمرة تربط بين مراكز الهيكل التنظيمي

-2- شبكة الاتصال غير الرسمي : خطوط متقطعة تربط بين أشخاص يحتلون مراكز غير مرتبطة ببعضها مباشرة بعلاقة وظيفية.

المصدر : من إعداد الطالبة

شبكات وأساليب الاتصال الداخلي

شبكات الاتصال الداخلي:

تقوم المؤسسات مهما كانت طبيعة عملها بتأمين شبكة الاتصالات التي تربط مختلف أقسامها وفروعها ببعضها البعض بطريقة تؤدي إلى الانسجام في عملها والسرعة في أداء هذا العمل والسهولة فيه ، مما يجعل الإدارة قادرة على السيطرة على سائر أطراف الاتصال في المؤسسة بصورة معينة من الاتصال المستمر والمباشر.

ليست محصورة في مجال الاتصال وإنما أصبحت في كافة جوانب وقد تعددت المفاهيم المعطاة لمعنى الشبكات ، نذكر من تلك المفاهيم ما يلي:

التفاعل بين أكثر من وحدة أو مصدر للمعلومات؛ هي تنظيم منسق لوحدات منفصلة ومتداخلة بغرض تحقيق بعض الأهداف بكفاءة أكبر مما لو تم تحقيقها بواسطة أية وحدة من الوحدات المنفردة[1]. ومنه فالشبكة هي تنظيم يجمع بين فردين أو أكثر تقوم على أساس تبادل المعلومات بشكل منظم عن طريق الاتصال على حل

[1] مختار تهامي، ابراهيم الدقدوقي، مبادئ العلاقات العامة في الدول النامية، دار المعارف، بغداد، الطبعة الاولى، بدون سنة،ص97.

المشكلات المتعلقة بالاتصالات والمعلومات لتحقيق الأهداف المسطرة ، وتكمن أهمية الشبكات في قدر المختلفة ، ومن بين الأهداف التي تسعى الشبكة إلى تحقيقها ما يلي :

تسهيل الوصول إلى مصادر المعلومات والإفادة منها بأقل وقت وجهد ممكنين ، ذلك أن التنظيم المحكم في المؤسسة من شأنه أن يسهل سيولة المعلومة بطريقة أفضل من التنظيم الذي يسوده الفوضى.

تقديم خدمات اتصال أفضل[1]

.بالمقاييس الكمية من خلال خدمة أكبر عدد من المستفيدين.

.بالمقاييس النوعية من خلال تقديم خدمات إتصال متعددة الإفادة القصوى من تكنولوجيات الاتصال المتاحة حاليا من خلال التنظيم .زيادة إنتاجية وسائل وقنوات الاتصال والقوى العاملة فيها أما عناصر الشبكة التي تحتاجها لكي تؤثر على كمية ونوعية وجودة خواصها فتتمثل في:

الإنسان أو القوى البشرية في المؤسسة متمثلة في كل المستويات الإدارية" موظفين، مديرين، عمال،إطارات أجهزة وتقنيات الاتصال مختلف وسائل الاتصال المستخدمة داخل المؤسسة . الأموال المخصصة لتمويل اقتناء مختلف الأجهزة والتقنيات الرسائل التي ستنقل عبر الشبكة هو المحتوى الذي سيدور حوله الاتصال في المؤسسة والمتمثلة في مختلف القرارات، التعليمات، الشكاوي .الإجراءات والخبرة وأساليب التشغيل ، أساليب اختيار وتقييم الشبكة؛ أما شبكات الاتصال داخل المؤسسة ، فهناك من يقسمها إلى قسمين" : مركزية ولامركزية " وهناك من يقسمها إلى الشبكات المفتوحة العضوية ، وشبكات القطاع العام والخاص ، محلية ووطنية ، إقليمية

[1] عبد الله بن إبراهيم العمار وآخرون، واقع الاتصالات الكتابية في الأجهزة الحكومية، مكتبة فهد الوطنية، الطبعة الأولى، الرياض، 1995،ص30

ودولية وذلك حسب حاجة الجهاز وطبيعة عمله ، وهناك من يضيف إلى الشبكات المركزية واللامركزية وشبكات مختلطة وشبكات تحت إشراف مركزي ، تجمع صلاحيات اتخاذ القرارات في إدارة أو شخص وعدد محدود .

الشبكات المركزية :تعرف المركزية بأن المديرين ، أي أن المدير هو الذي يملك حق اتخاذ القرارات وفرضها على الآخرين والشبكة المركزية تتألف من مركز رئيسي ونقاط اتصال فرعية تمثل الجهات المختلفة المشتركة في الشبكة[1].

ومعنى ذلك أن كل الأطراف عليها أن تلجأ إلى المركز في أي عمل تقوم به، باعتبار أن المركز يملك الحق في توجيه واتخاذ القرارات، وتعمل هذه الشبكة في المؤسسة على تخفيض تكاليف الاتصالات الإدارية من قوى عاملة وآلات ومعدات وتجهيزات وغيرها، كما يساعد على الاستخدام الأمثل للعاملين ويقلل من ازدواجية العمل من خلال الأدوار وربط كل عامل بالمركز التابع له إلا أن أبرز عيوبه هو الحد من فرصة الاتصال بين الأطراف أو الفروع فيما بينها مباشرة دون الاتصال مع المركز، وهذا ما يعيق وصول الرسائل للجهة التي تخصها بالإضافة إلى احتكار لكل الإمكانيات المادية والتقنية وسيطرته على الإمكانيات البشرية لخدمة الأطراف الأخرى[2].

حيث انحصرت مميزاته كالتالي :

-سهولة التنسيق وتوحيد السياسات والممارسات في الإدارات المختلفة باعتبار أن كل المعلومات تكون في المركز مما يسهل عملية التنسيق بينها، وكذلك اتصال المركز يسهل من عملية توحيد السياسات التي ترمي إليها المؤسسة.

-التشغيل الاقتصادي الأمثل للإمكانيات المتاحة من خلال التنظيم الفعال.

-صحة القرارات المتخذة نتيجة استغلال الخدمات الاستشارية المتخصصة.

---

[1] عبد الله بن إبراهيم وآخرون،مرجع سابق،ص31 .

[2] ناصر دادي عدون، الاتصال ودوره في كفاءة المؤسسة، د ط، دار المحمدية العامة، الجزائر، د سنة، ص155

-تكوين فريق متعاون مع متخذي القرار على مستوى الإدارة العليا.

-عدم حدوث ازدواجية في القرارات على أساس أن المركز الواحد تصدر منه القرارات واحدة، أما إذا كانت هناك مراكز عديدة ولا يحدث اتصال بينهما فإن القرارات الصادرة تكون عديدة هي أيضا التي تكون دائما من مهام المركز.

-المحافظة على الوحدات الإدارية والتنظيمية للمؤسسة بمعنى أن أعمال الإدارات الخدماتية المساعدة لصالح كافة الإدارات الفنية مهما تعددت وتنوعت أعمالها دون تكرار وازدواجية، لأن المسؤولية تقع على عاتق المركز؛

-تزويد المركز بالعدد اللازم من الموظفين المؤهلين والمديرين للقيام بالمهام والأعمال؛

-إعداد دليل الإجراءات التي تتم في كافة وحدات المركز يتضمن عمليات ووظائف كل وحدة؛

-توحيد النماذج والأشكال والمعاملات والأوراق في إدارات وأقسام المؤسسة.

- **أساليب الاتصال الداخلي**

عرفنا أن عملية الاتصال بأن لأفكار بين شخصين أو أكثر،وعلى هذا الأساس تستعمل المؤسسة في اتصالها الداخلي وسائل متعددة ومتنوعة لضمان السير الحسن للعمل ، فمنها المكتوبة و الشفوية و السمعية البصرية وذلك حسب الأهداف التي توجه إليهم المعلومات[1].

أ -الوسائل المكتوبة:

[1] محمد عبد الفتاح محمد، العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية ، الاسس والمبادئ ، والنشر و التوزيع، الاسكندرية بدون سنة، ص176 .

يتم الاتصال الكتابي عن طريق الكلمة المكتوبة التي يصدرها المرسل إلى المستقبل ، ويمكن القول عنها بأن القنوات الأكثر دقة في نقل المعلومات و الأسلوب الأكثر استخداما في المنظمات الكبرى و عليه لا بد أن يتم الاتصال الكتابي بالبساطة و الوضوح و الدقة، يتم ذلك بوسائل أهمها:

التقرير : يحرر من طرف مسئول يعمل داخل المؤسسة ، يكون مكتوبا بعد اجتماع عمل أو اجتماع إعلامي ، يتم الخروج بمقترحات للمشاكل على توصيل المعلومات من المشاركين في الاجتماع إلى بقية المستخدمين المطروحة في المؤسسة الضرورية للسير الحسن لمصالحها.

الإعلان : من الوثائق الداخلية التي تستعملها المؤسسة في تعليمات ، .وثيقة رسمية تحمل إمضاء أو تاريخية.

المذكرة المدونة الإعلامية : هي المعلومات أو التعليمات الإدارية الموزعة على عدد كبير ومحدد من المسئولين وتتعلق بتنظيم العمل ، الأجور ، الحوافز الاجتماعية وعامة المدونة الإعلامية هي كل ما يتعلق بتغيير جديد في المؤسسة.

رسالة غالى العمال : وثيقة يحررها المدير لتوجيه معلومات إلى العمال في شكل رسالة تسلم إليهم ، للتذكير بموضوع ، السرعة و التقليل من دور الإشاعة .[1]

جريدة المؤسسة : تعتبر من وسائل الاتصال الخاصة التي تكتسب أهمية بالغة في نقل الإخبار و المعلومات في تقدم العمل ، وما يميز هذه أحداث المختلفة التي تتعلق بطبيعة العمل ، ومشكلاته بالعاملين وإسهاما الوسيلة هو عملية إشراك العاملين في إصدارها الأمر الذي يساعد على الإطلاع على آراء وأفكار العاملين واقتراحا .خلال

[1] ناصر دادي عدون :المرجع نفسه، ص55.

لوحة الإعلانات : وسيلة سهلة التنفيذ و التسيير ، توضع عادة داخل المؤسسة أو في أماكن الراحة ، وتسمح بنشر المعلومات المختلفة مثل ، معلومات متعلقة بالصحة، الأمن ، حقوق وواجبات العمال، المعلومات الاقتصادية والاجتماعية لظروف العمل...

علبة الأفكار أو صندوق الاقتراحات : تسمح للمستخدمين بتقديم آراء واقتراحات للمؤسسة حول ما يتعلق من المعلومات مهمة من فوائدها، وسيلة اتصال بالحصول على تفاصيل أكثر دقة .

ب – الوسائل الشفوية:

يتم الاتصال الشفهي عن طريق نقل وتبادل المعلومات بيم المرسل و المرسل إليه شفهيا أي عن طريق الكلمة المنطوقة ، ويتميز هذا الأسلوب عن الكتابي لكونه أكثر سهولة وإقناعا للمرسل إليه ، وما يعاب عليه أنه قد يعرض المعلومات المراد نقلها لسوء الفهم إذا لم تستخدم بشكل مناسب ، ونذكر من بينها:

الاجتماعات : وسيلة تشجع الحوار المباشر وتبادل المعلومات بين المرسل والمستقبل ، ونميز بين نوعين من الاجتماعات .

اجتماع تبادل الخبرات : هو اجتماع مباشر لعدد من المستخدمين مع المسئول في المؤسسة سواء مدير أورئيس فرع، ومن خلالها يتم تبادل الخبرات و الأفكار بين المشاركين.

الاجتماع الإعلامي :هو الاجتماع لعدد من الأعضاء أو الممثلين عن إدارة المؤسسة ، ويعمل هذا النوع على نقل المعلومات إلى باقي المستخدمين ، كما يسمح بطرح الأسئلة و تقديم الاقتراحات.

المحاضرات : لقاء تنظمه الإدارة بمشاركة إطارات من المؤسسة أو شخصيات من خارجها وتدور المحاضرة

تساعد على الثقافة العامة لأعضاء حول مسائل و مواضيع تتعلق بالحياة المهنية أو غيرها .

الهاتف : يعتبر الاتصال الهاتفي من الوسائل الهامة في الوقت الحاضر ، ويتميز هذا الأسلوب .بانخفاض تكلفته فهو سيد الاتصالات الشفوية بلا منازع .

المقابلة : تكون بالاتصال المباشر بين الأشخاص، وهي مبنية على الحوار.

اللجان وجماعات الدراسة : عبارة عن اجتماع عدد من المستخدمين من أجل دراسة مشكل محدد مع بعضهم البعض و اللجنة عبارة عن مؤسسة ذات فعالية واسعة ،وهذه الاجتماعات تدعو إلى المسؤولية العمالية قصد خلق مناسبة للاتصال وقاعدة موحدة لان المشاكل تحل من طرف المستخدمين أنفسهم[1].

ج –الوسائل التكنولوجية:

هي التي تجمع بين الصوت و الصورة بفضل التقدم التكنولوجي ، وظهور تقنيات متطورة في مجال الإعلام والاتصال ،فتوجهت إليها الأنظار و استفادت منها المؤسسات إدماجها ضمن الوسائل التي تعتمدها في عمليا الاتصالية الداخلية ، ومن هذه الوسائل:

الانترنيت : هي شبكة الحواسيب الداخلية ،تمكن من الاتصال و التنسيق بين مختلف الأطراف المكونة للمؤسسة ،وبالتالي تزيد في فاعلية التسيير وربح الوقت والجهد.

البريد الالكتروني : يتم عن طريق الكمبيوتر ، وهو يحل محل الاتصال الشخصي إذ يمكن لمسئول المؤسسة أن يخاطب جميع الأطراف و بالتالي التعرف على التساؤلات و إيجاد الأجوبة لها في الوقت المناسب.

[1] نائل عبد الحافظ :إدارة المؤسسات العامة، د.ط،دار زهران للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2010 ،ص 21

الأقراص المضغوطة : هي دعامة تكنولوجية هامة ،فهي وسيلة ملتيميديا ،حيث تستطيع تخزين آلاف المعلومات المصورة و المكتوبة و الصوتية ، ويمكن استرجاعها في أية لحظة[1].

الصحيفة الالكترونية : يمكن استغلال الإمكانيات التي يوفرها الكمبيوتر وتقنية الشبكات لإصدار صحيفة الكترونية داخلية ، تكون عبارة عن فضاء الكتروني يلتقي فيه كل عنصر من عناصر العملية الاتصالية.

الفيديو والسينما : إن أفلام الفيديو و الأفلام السينمائية التي تعرضها إدارة المؤسسة في أوقات محددة ، تعتبر من أهم وسائل الآصال الداخلي مع العاملين ، إذ تستخدم كوسيلة لتدريب العاملين ونشر برامج السلامة و الوقاية ، إضافة إلى الترفيه عنهم ، إلا أن تكلفتها مرتفعة و كبيرة.

المذياع : يعد وسيلة مهمة لخلق الشعور بالانتماء ، وجمع المستخدمين حول الأهداف المسطرة.

ويؤثر على اختيار الوسيلة التي يتم استخدامها عدد من العوامل – سرعة الوسيلة ؛ –درجة سرية المعلومات؛ – تكلفة الوسيلة؛ –عدد من ترسل إليهم الوسيلة؛ – نوعية الرسالة.

2-العلاقات العامة والاتصال:

إن وسائل الإعلام هي من أهم الوسائل الاتصالية التي يتعامل معها أخصائيو العلاقات العامة وخاصة إذا كان أخصائي العلاقات العامة يرغب في الوصول إلى الجماهير ومن أهم القواعد التي تحكم التعامل مع وسائل الإعلام أن يكون رجل العلاقات العامة أمينا في أحاديثه وكتاباته ويجب أن يعرفه الرجال أن الإعلام شخصيا وعليه أن يستغل القرص أو يضعها لكتابة أخبار عن منشأته.

[1] محمد صاحب سلطان :العلاقات العامة ووسائل الاتصال، ط1 ، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011 .ص149

–ومن أهم عوامل نجاح الرسالة الإعلامية أنها ترسل في الوقت والمكان المناسبين ولديها القدرة على التسويق والفهم المشترك بين المرسل والمستقبل والعمل على إثارة المستقبل مع ضرورة وصول .الرسالة بالقوة نفسها التي كانت عليها لدى المرسل.[1]

مبادئ الاتصال الفعال في المؤسسة:

وضوح الرسالة :من حيث الألفاظ والعبارات المستعملة يجب أن تكون مختصرة ومباشرة مع وضوح الخط، حيث تحمل الرسالة مضمون واحد وتأويل واحد هو التأويل الذي يرمي إليه صاحب الرسالة وإلا حدث خلل في تطبيق مضمونها.

–كفاية المعلومات :أن تكون المعلومات كافية بحيث أن كل ما هو وارد في الرسالة يعني المرسل إليه عن أي استزادة.

سرعة الانتقال :أو على الأقل ضمان انتقالها في الوقت والمكان والمناسب وبالوسيلة المناسبة والدالجهة المناسبة.

–**نطاق الاتصال** :أن يكون مصدر الرسالة هو المصدر الحقيقي لها حتى تضمن الاستجابة والتنفيذ.

–**مبدأ التكامل والوحدة والتنسيق** :أن تحقق العملية الاتصالية جعله من الأهداف باعتبار الاتصال وسيلة

[1] فهي محمد العدوي :مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011 ، ص165.164

لتحقيق أهداف المؤسسة وتدعيمها بطريقة فعالة[1].مبدأ المشاركة :أن تضمن العملية الاتصالية مبدأ المشاركة والتشاور بين مختلف الأقسام في المؤسسة ، ومختلف الدرجات السلمية حتى تضمن التأكيد الضروري لنجاحها ولا تكون مفروضة ومفاجأة للجميع.

قنوات الاتصال التي تستعين بها العلاقات العامة:

-يصنف الباحثين القنوات الاتصالية التي تستعين بها العلاقات العامة إلى ثلاثة قنوات رئيسية هي:

- **1النشرات** :تشمل النشرات الصحفية ومجلة المنظمة، والأحداث الخاصة والأنشطة الترويجية وتهدف إلى نشر المعلومات والبيانات الخاصة بالمنظمة والتي تهم جماهيرها الداخلية والخارجية فضلا عن أهميتها الكبيرة في معالجة الأزمات.

- **2القنوات الإعلانية** :تشمل قنوات الاتصال الجماهيري صحافة، إذاعة، تلفزيون فضلا عن القنوات الإعلانية المتخصصة كالملصقات واللوحات الإعلانية وتخص تلك القنوات بجماهير المنظمة الخارجية.

- **3القنوات الاتصالية الترويجية** :وتشمل الخطابات والرسالات التي تستهدف الترويج لمنتجات وخدمات وسياسات المنظمة، فضلا عن تصميم عينات ممثلة لمنتجات المنظمة وتوزيعها على بعض فئات الجمهور اصيك في إقامة المعارض لترويج المبيعات وتدعيم دور المنظمة ومواجهة عوامل المنافسة التسويقية .[2]

6-دور الاتصالات الأساسية في تنظيم أنشطة المؤسسة:

---

[1] ناصر دادي عدون :الاتصال ودوره في كفاءة المؤسسة، د ط، دار المحمدية العامة، الجزائر، د سنة، ص155

[2] محمد صاحب سلطان :العلاقات العامة ووسائل الاتصال، ط1 ، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، .2011 ص149 .

للاتصال دور أساسي ومهم في وجود المجتمعات ووسيلة أساسية في ممارسة الوظائف في المنظمة أو المنظمات التي يتكون منها المجتمع، فيمكن القول أن المنظمات يتم وجودها من خلال الاتصالات فبدون الاتصالات سوف لن يكون هناك وجود للمنظمات بالتالي لا وجود لتأثير الجماعات في سلوك الفرد وعليه فإن الاتصالات الجيدة تعتبر ضرورية للمنظمات، وللتعرف على أهمية الاتصالات في تنظيم الأنشطة يمكن أن نسترشد بأحد الأمثلة من واقع الحياة العملية ولنفترض قيام منظمة بينك وبين شخص آخر ولتفترض أن هذه المنظمة لها هدف محدد وهذا الهدف غير واضح أو معروف، والآن لنفترض أن أي من الطرفين فإن ذلك سيكون ناتج من جهود فردية، وعليه فإننا غالبا ما نحصل على .تنسيق في الجهود من خلال الاتصال وهذا ما يعني أن الاتصال يساعد على تنسيق الجهود .

7-العلاقات العامة والجمهور الداخلي في المؤسسة العمومية:

-الجمهور الداخلي في المؤسسة هو الجمهور الذي يتكون من جميع الأفراد الذين يعملون داخل

المؤسسة من فئتين وإداريين وعمال وقد يمتد هذا الوصف ليمثل فئة أخرى من غير العاملين بالمؤسسة

من مؤسسين ومساهمين وقد يصبح أيضا في بعض المؤسسات ذات الطبعة الخاصة مثل جمهور الطلبة...

وتأتي العلاقة بالجمهور الداخلي للمؤسسة في مقدمة برامج العلاقات العامة وليس ذلك بسبب ضخامة إعداد هام بل لأنهم يمثلون جزءا له، أضف إلى ذلك أنهم على اتصال العلاقات العامة إلا إذا كانوا هم أنفسهم على علاقة طبية بالمؤسسة ولاتصال بالجمهور الداخلي ليس صعبا فالعمل اليومي يوجه نوعا من الاتصال بين درجة استعداد الأفراد إلى الاستماع والتجارب تقبل أن تحاول المؤسسة إيجاد علاقات عامة طبية بينها وبين موظفيها يجب عليها

أولا أن تهيأ الجو لإقناعهم بتحسن العلاقات العمالية لها [1].

-أهداف ووسائل الاتصال في المؤسسة العمومية:

- 1الأهداف الرئيسية المطلوبة للعملية الاتصالية:

1-إنشاء علاقة واتصال مستمر بفضل حرية حركة الأفكار بين العمال والإدارة.

2-الحوار والمشاركة المزدوجة والتعاون الفعال وحرية تبادل المعلومات.

3-إنشاء نظام اقتراحات الذي يسعى بعملية الآراء مثلا تكون سلعة الاستعمال وجد مفيدة سواء لدى الإدارة أو لدى العمال، من خلال الاتصالات التي تتم بشكل عادي ومستمر في مختلف المستويات.

-4 وسائل القيام بالبحث والعمل الضروري لاختيار أحسن وسائل الاتصال وأحسنها أداء وفعالية، إلا أن هناك بعض القنوات الاتصالية تمتاز بأنها الأحسن في أداء أهداف العملية الاتصالية سواء على مستوى .المؤسسة الجزائرية أو على مستوى الأوامر، وهي التي تبقى الأكثر فعالية والأكثر تقبلا.[2]

[1] زياد عمر شرمان ، مبادئ العلاقات العامة، ط1 ، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001 ،ص96

[2] فريحة محمد كريم :العلاقات العامة البعد الفكري والتطبيقي، د ط، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، 2012 ، ص 21.

خلاصة الفصل

نستنتج مما تم عرضه في هذا الفصل أن العلاقات العامة تعتمد على الاتصال بشكل أساسي وأن الاتصال ضروري لنجاح العلاقات العامة وإستمراريتها، وضروري أيضا لبقائها فبدون اتصال لا وجود للعلاقات العامة ولا وجود لمنظمات، وبالتالي لا تفاعل ولا تواصل بين الأفراد.

الفصل الثالث

ممارسة العلاقات العامة في المؤسسة CNAS .

_ تمهيد .

_ موقع العلاقات العامة داخل المؤسسة الخدماتية .

_ مكانة العلاقات العامة داخل المؤسسة الخدماتية .

_ فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية .

_ خلاصة الفصل .

تمهيد

بعد أن قمنا باستعراض أهم المفاهيم العامة المتعلقة الاتصال و العلاقات العامة ، وأهميتها وكذلك عرضنا أهم أنواع وأهداف وأهمية العلاقات العامة ، وكيف يؤثر الاتصال العلاقات العامة على المؤسسة ، غير أن هذا يبقى مجرد دراسة نظرية لاتعبر بالقدر الكافي.

وهذه الدراسة كغيرها لابد من تسليط الضوء على موضوعها ميدانيا وهو ما قمت بتجسيده في هذا الفصل حيث اخترت نموذج للدراسة" وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية. "أين وقع اختيارنا لهذه الوكالة لمدينة المدية كعينة للدراسة ، أي حاولنا دراسة الاتصال العاملين الوكالة وتأثيرها المؤسسة ، وكيف يتم تطبيق هده من قبل العاملين بوكالة التأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء وكالة المدية .

بطاقة فنية عن وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية وحدة المدية :

أنشأت وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء وكالة المدية بموجب مرسوم تنفيذي رقم 233/85 المؤرخ في 1985/08/20 و القرار الوزاري المؤرخ في 1987/01/24 و الذي يتظمن التنظيم الداخلي لصندوق الوطني للتامينات الاجتماعية بعد ما كانت مركز دفع تابع للوكالة الجهوية الجزائر و بعد ذلك تحولت الى مركز فعلي و بذلك أصبحت مستقلة الخدمات و متكونة من جميع المصالح .

كما تعتبر مؤسسة ذات طابع اقتصادي خدماتي حيث توفرت وكالة المدية سنة 2010 على 07 مراكز دفع نذكر منهم : برواقية، حربيل، وامري، عين بوسيف، قصر البخاري، أولاد براهيم، سيدي لخضر.

تم تزايد عدد مراكز بعد ذلك ليصل 09 مراكز موزعة على كامل الولاية و ذلك من أجل إحداث توازن جهوي رفعا للمشقة و تقريب الإدارة من المواطن و أرباب العمل الذين يشتكون من صعوبة الاتصال بالصندوق لتقديم إشتراكاتهم المستحقة .

يتكون الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء وكالة المدية من مديرية عامة تنطوي تحتها مديريات و كل مديرية لها مهام تقوم بها .

01- المديرية العامة : يقوم برئاسة المديرة العامة و الذي يعتبر العنصر الرئيسي في المؤسسة حيث يقوم بأعمال تسيير المتابعة بصفة عامة و اتخاذ قرارات اللازمة من موافقة أو رفض لأي تصرف فكل وثيقة إدارية لا تصبح لإشراف المباشر من طرف المديرية العامة و هي كالأتي :

02- خلية الإحصائيات : تقوم هذه الأخيرة بفرز الإحصاء نفقات المؤسسة و كذلك حصة من الاشتراكات مقدمة من طرف الوكالة و هذا حسب البرامج المحددة من طرف المديرية العامة كما أنها تقوم بمتابعة دورية لكل القنوات و تتم عملية المقارنة بين الشهر الجاري و الشهر السابق و ذلك بين الثلاثين و السداسين ليتم إرسال جداول الإحصائية للمديرية العامة .

03- خلية الاصغاء : تلعب كوسيط بين الاشخاص الذي يعانون من التهميش و الادارة قصد دراسة مشاكلهم و معالجتها تقدم للمديرية العامة حوصلة دورية عن الشكاوي و الاحتجاجات للمؤمنين .

04- مصلحة الترقيم و الانتساب : تعمل هذه الاخيرة على تسجيل المؤمنين و اعطاء لكل مؤمن رقم خاص به في الوكالة من أجل حصولهم على التامينات الاجتماعية و حوادث العمل و الامراض المهنية و كذا المنح العائلية و تشمل هذه الفئة : العمال الاجراء او الملحقين بالاجراء اي كان قطاع النشاط الذي ينتمون اليه المجاهدين ،اشخاص المعوقين بدنيا او عقليا الطلبة المستفدون من دعم الدولة لفائدة الفئات المحرومة و المعوزة ، حيث يتوجب على اصحاب العمل المكلفين الذين يستخدمون عاملا واحدا او اكثر ان يتوجهوا هيئة الضمان الاجتماعي لتقديم تصريح بالنشاط في ظرف 10 ايام الموالية للمشروع في ممارسة النشاط و بهذا تحصيل اصحاب العمل على رقم الاشتركات و منه يكون دفع الاشتراك في اجاله المحددة حيث تجد هذه المصلحة تعمل بالتنسيق مع مصلحة مرافقة المستخدمين حيث تبين المكلف لم يقم بانتساب عماله في الاجال المحددة سابقا تطبق عليه عقوبة التاخير .[1]

- **مهام وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية :**

يمكن تلخيص مهام الصندوق في النقاط التالية:

[1] مصلحة الارشيف لصندوق الوطني للتامينات الاجتماعية للعمال الاجراء، ولاية المدية .

-تسيير التعويضات المادية كمصاريف العلاج , العطل المرضية ,حوادث العمل و الأمراض المهنية.

-تسيير تعويضات المنح العائلية على حساب الدولة من الخزينة العمومية.

-تأمين التحصيل و المراقبة ومنازعات التحصيل.

-المساهمة في تنمية السياسة و الوقاية من حوادث العمل و الأمراض المهنية.

-تسيير تعويضات الأشخاص المستفيدين من الإتفاقيات.

هيكلة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي :

يتخذ التنظيم العام للصندوق شكل مديريات فرعية تندرج ضمن المقر المركزي المديرية الوطنية لكائن مقرها بالجزائر العاصمة، الوكالات الولائية ، مراكز بلدية و فروع مؤسسة أو فروع إدارة .ويعتبر هذا التنظيم آدات فعالة في عملية الرقابة وتحديد المسؤوليات وكذلك تبيين مختلف العلاقات بين الفروع و الوكالات وهي على النحو التالي المقر المركزي المديرية العامة و تتولى الوظائف التالية .

تنظيم و تنسيق و مراقبة ،نشاطات الوكالات الولائية و فروع الإدارة.تسيير الوسائل البشرية و المادية للصندوق.

تسيير ميزانية الصندوق ,تنسيق العمليات المالية و تجميع المحاسبة العامة،تنظيم المراقبة الطبية.

منح للمؤمنين الاجتماعين و المستخدمين رقم تسجيل وطني،تنظيم طريقة الإعلام للمؤمنين الاجتماعين و المستخدمين،متابعة تطبيق الاتفاقية والعقود في مجال الضمان الاجتماعي، تنسيق و متابعة إنجاز الاستثمارات المخططة ،يتكون المقر المركزي للصندوق و تحت سلطة المدير العام و بمساعدة الأمين العام من مديرية الأداءات مديرية التحصيل و المنازعات، مديرية المراقبة ، مديرية المراقبة الطبية،مديرية الوقاية من حوادث العمل و

الأمراض المهنية ، –مديرية الدراسات و الإحصائية و التنظيم،مديرية الإعلام الآلي،مديرية العمليات المالية،مديرية الإنجازات و التجهيز الوسائل العامة،مديرية المستخدمين والتكوين[1].

الوكالة الولائية للصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية لولاية المدية :

دراسة مختلف الخلايا ومهامها :إن وكالة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي تعمل بنظام الخلايا في مجال متناسق مع بعضها البعض من أجل الوصول بالمؤسسة إلى المستوى المطلوب.

1–مهام خلية الإصغاء والاتصال :

استقبال وتوجيه ومرافقة مستعملي الضمان الاجتماعي بغرض التسوية السريعة والنهائية لغرائضهم و طلباتهم .

تحسين نوعية العلاقات فيما بين الصندوق ومستعمليه وذلك بالمشاركة في إيجاد حلول لأسباب الخلافات المحتملة أو حالات النزاع المعقدة. القيام بنشاطات إعلامية وتحسيسية لفائدة مستعملي الصندوق [2]

المساهمة في إعداد المخطط الاتصالي الهادف الخاص بالصندوق وذلك بغرض تحسيس وإعلام المستعمل بحقوقه وواجباته إزاء الضمان الاجتماعي، وكذا تنظيم مختلف التظاهرات المندرجة في هذا الإطار وإعداد الدعامات الإعلامية المناسبة.

تنظيم خلايا الإصغاء والاتصال :

تتكون شبكة خلايا الإصغاء من خلية مركزية ، منصبة بمقر المديرية العامة للصندوق ملحقة مباشرة بالمدير العام وكذا خلايا ولائية ملحقة مباشرة بمدير الوكالة.

---

[1] المصدر : وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية.
[2] [2] المصدر : وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية

لقد جاء إنشاء هذه الخلايا لتزيد قيمة مضافة للجهود الجبارة التي تبذلها الوزارة الوصية في المسار الرامي إلى ضمان معاملات مثلى على مستوى كل هياكل الضمان الاجتماعي، مما يجعلها يحقق جسور التواصل

خلية حوادث العمل

CASNOS: الصندوق بأصحاب الحرف وأرباب العمل وبصفة عامة كل من يمتلك محل تجاري فهو ملزم بتسديد اشتراكاته لضمان الاستفادة من التعويضات عند المرض أو التعرض لحادث عمل , وكذا للحصول على التقاعد الوطني للتأمينات الاجتماعية لغير الأجراء هذا الصندوق خاص.

CNAC: الصندوق الوطني للتأمين على البطالة تضمن هذه الهيئة للعمال الذين تم تسريحهم بموجب قانون وزاري وكذلك في حالة إغلاق المؤسسات العمومية دفع أجرة شهرية لفترة زمنية معينة.

CNR: الصندوق الوطني للمعاشات تهتم هذه الهيئة بتسديد مستحقات فئة المؤمنين الذين أحيلوا إلى التقاعد

CACOBATH: صندوق التأمينات للعطل مدفوعة الأجر يعمل هذا الصندوق كوسيط بين العامل وصاحب العمل في قطاع البناء و الأشغال العمومية وذلك من خلال الاشتراكات التي تدفع سنويا لهذا الصندوق لتغطية أجور العمال الخاصة بالعطل.

ONAAPH: الديوان الوطني للأعضاء الاصطناعية للمعوقين أنشأ هذا الديوان خصيصا للفئة المعوقة حركيا حيث يقوم بتقديم المساعدات المتمثلة في الأعضاء الاصطناعية ، الكراسي المتحركة ,وغيرها من الأجهزة دون مقابل وهذه المصاريف تغطى من قبل صندوق الضمان الصندوق الوطني لمعادلة الخدمات الاجتماعية .[1]

يتكون المقر المركزي للصندوق و تحت سلطة المدير و بمساعدة الأمين العام من: المديرية الفرعية للأداءات .

[1] المصدر : وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية

المديرية الفرعية للتحصيل و المنازعات،المديرية الفرعية للمراقبة ،المديرية الفرعية للمراقبة الطبية .

المديرية الفرعية للوقاية من حوادث العمل و الأمراض المهنية ،المديرية الفرعية للدراسات و الإحصائيات و التنظيم ،المديرية الفرعية للإعلام الآلي،المديرية الفرعية للعمليات المالية ،المديرية الفرعية للإنجازات و التجهيز الوسائل العامة،المديرية الفرعية للمستخدمين.

المديرية الفرعية للأداءات وتكلف :

*تنظيم و متابعة تسيير أداءات التأمينات الاجتماعية و حوادث العمل و الأمراض المهنية وبصفة انتقالية المنح العائلية، تنظيم و متابعة تسيير الأداءات المستحقة بعنوان العطل المدفوعة الأجر طبقا للقوانين و التنظيمات المعمول ضمان سير لجنة المساعدة و الإسعافات و تسيير صندوق المساعدة و الإسعافات السهر على تطبيق الأحكام المنصوص عليها في الاتفاقات الثنائية الخاصة بالضمان الاجتماعي ، و القيا م بتصفية الحسابات الناشئة عن تطبيق هذه الاتفاقات،متابعة تطبيق التدابير المقررة في مجال التحويلات قصد العلاج و تجميع الفواتير في هذا الميدان و القيام بعمليات الدفع لفائدة المؤسسات المعالجة و إعدادا حصيلة دورية.

2-المديرية الفرعية للتحصيل و المنازعات :

*متابعة تحصيل الاشتراكات المستحقة طبقا للقوانين و التنظيمات السارية المفعول.

*السهر على أن يحترم الخاضعين، التزاماتهم .

*منح رقم تسجيل وطني لكل مؤمن اجتماعي، و كل مستخدم و تسيير البطاقية الوطني.

*متابعة المسائل المتعلقة بالمنازعات العامة ، التقنية و الطبية ، في مجال الضمان الاجتماعي.

*ضمان سير لجنة الطعن المسبق.

3-المديرية الفرعية للمراقبة :تتمحور مهامها حول:

*مدى تطبيق التشريع و التنظيم في المتعلق بمهام الصندوق، الأداء المدفوعة، *السير المالي و الحسابي للوكالات الولائية و الفروع الأخرى،تنظيم و سير الوكالات الولائية و الفروع الأخرى. [1]

4-المديرية الفرعية للمراقبة الطبية و تتكفل

*ضمان دور الطبي لدى المقر المركزي، *تنظيم و توحيد المراقبة الطبية و تنسيق النشاطات،مشاركة في إطار القوانين و التنظيمات السارية المفعول في اللجنة التقنية ذات الطابع الطبي و المتعلق بالمنازعات في مجال الضمان الاجتماعي، -القيام بدراسات تتعلق: مقياس العجز عن العمل، المدونة العامة للوثائق المهنية و قائمة المنتوجات الصيدلانية القابلة للتعويض، الأجهزة الاصطناعية و أجهزة التبديل، جداول للأمراض المهنية.

5-المديرية الفرعية للوقاية من حوادث العمل و الأمراض المهنية تتكفل بـ:

* المساهمة في تنفيذ التدابير المقررة في مجال الوقاية من حوادث العمل و الأمراض المهنية ، إعداد و اقتراح برنامج نشاط الصندوق في مجال الوقاية من حيث العمل و الأمراض المهنية،تسيير صندوق الوقاية من حوادث العمل و الأمراض المهنية، تركيز و البحث في التحقيقات التي تجري لدى المؤسسات ، تنظم ملتقيات تحسيسية.

المديرية الفرعية للدراسات و الإحصائيات و التنظيم و تتكفل بـ:

*القيام بالدراسات و تقديم اقتراحات في مجال الاستثمارات و في إطار الإجراءات المقررة دراسة نسب التسيير النموذجية، القيام بالدراسات الحسابية، جمع و تمركز المعطيات و المعلومات الإحصائية و معالجتها، إعداد برامج إعلامية موجهة إلى المؤمنين الاجتماعين و المستخدمين و تطبيقها، *وضع إجراءات إعلامية لفائدة عمال

[1] المصدر : وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية

الصندوق تحديد طرق التنظيم ، قصد توحيد و تجانس الإجراءات و الوثائق و تنفيذ الطرق المقررة،تشكيل التوثيق التقني و تسيره.[1]

المديرية الفرعية للمعلومات وتتكفل بـ :

*إعداد مخطط الإعلام الآلي الخاص بالصندوق و تطبيق المخطط المعتمد،إجراء دراسات خاصة بالإعلام الآلي و ضمان التطبيقات المعلوماتية ،تسيير مراكز الحساب و كذا مجموع الوسائل المعلوماتية.

6- المديرية الفرعية للعمليات المالية و تتكفل بـ :

*تحضير مشروع ميزانية الصندوق بالاتصال مع الهياكل المعنية و متابعة تنفيذه،مسك حسابات المقر المركزي و تجميع تلك الخاصة بالوكالة الولائية ، و عند الاقتضاء ،فروع المؤسسة و فروع الإدارة ،السهر على السير الحسن لتنفيذ العمليات المالية و ضمان التنسيق المالي.

7- المديرية الفرعية للإنجازات و التجهيزات و الوسائل العامة و تتكفل بـ :

تنسيق و متابعة إنجاز الاستثمارات المخططة و متابعة تسيير الاستثمارات المنجزة،تحديد احتياجات التجهيز لجميع هياكل الصندوق و التكفل باقتنائها و تسييره، إنجاز عمليات تمويل المقر المركزي في مجال، أدوات ،أثاث و أجهزة السير ، وضع جرّد لممتلكات ا العقارية و غير العقارية لصندوق، تسيير الأرشيف.

8- المديرية الفرعية للموظفين :و تتكفل بـ:

ضمان تسيير المستخدمين في إطار الأحكام التشريعية و التنظيمية المعمول بها،إعداد مخطط تكوين المستخدمين و تنظيم أعمال تحسين المستوى و تجديد المعلومات ،بالاتصال مع الهياكل المعنية ،إعداد برامج تعميم

[1] المصدر : وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية

استعمال اللغة الوطنية، دراسة و إقتراح التدابير الضرورية لتحسين ظروف عمل المستخدمين على مستوى الصندوق ،متابعة تسيير الخدمات الاجتماعية التابعة للصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية للعمال الأجراء وكالة المدية [1]

تـــــحليل المـــــلاحظـــــة

في هذا الجزء من الدراسة و الذي يعتمد على الملاحظة بالمشاركة في تحصيل البيانات و المعلومات حول المشكلة محل الدراسة سنتطرق إلى التعرف على مكانة العلاقات العامة في المؤسسة و كذا التطرق إلى دور العلاقات العامة في تفعيل الاتصال الداخلي بين العمال في مؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء وكالة المدية كما لا ننسى فعالية العلاقات العامة في المؤسسة .

المحـــــور الأول :موقع العلاقات العامة داخل المؤسسة العمومية

وجدت مؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء وكالة المدية في مرحلة إعادة الهيكلة التنظيمية جديدة وفقا للمتطلبات الجديدة و خاصة بعد ان استقل الفرع المتعلق بالدفع إذ أصبح بمثابة مؤسسة مستقلة و ذلك بإنشاء دوائر و أقسام جديدة في الصندوق الوطني و التخلي عن أخرى و منه دائرة العلاقات العامة إحدى الدوائر الجديدة .

لكن في الهيكل التنظيمي لوحظ عدم وجود جزء مخصص للعلاقات العامة و عند السؤال تبين أنه،التخطيط منذ سنة 2018 و لم يتم المصادقة على الهيكل التنظيمي الجديد لعدم موافقة بعض العمال على التقسيم الجديد حيث كانوا على النحو التالي : النموذج الأول العلاقات العامة أدرجت تحت رئاسة الوكالة مباشرة ، النموذج الثاني خصص للعلاقات العامة نائب رئيس للشؤون الإدارية و مساعد الشؤون الإدارية تندرج ضمنه الإدارة

[1] المصدر : وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية

"أ" و الإدارة "ب" و الإدارة "ت " مرورا الى النموذج الثالث دائرة العلاقات العامة يندرج ضمنها مدير إدارة و قسم السلطات العامة [1].

حيث حددت مكانة العلاقات العامة من حيث الممارسة تحت مسمى دائرة العلاقات العامة و هي مؤسسة ميدان البحث و مؤسسة الخدمات الاجتماعية يتمثل موقعا في وظيفة مزدوجة و هي تقديم خدمة للمواطن و تعمل على تنظيم إداري خاص بالعلاقات العامة ضمن البنية المعمول بها حاليا ، و خاصة أن مؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية هي مؤسسة فرعية تعمل تحت وصاية كل من مديرية الإقليمية للضمان الإجتماعي و المديرية المركزية بالعاصمة .

ومن خلال الملاحظات رأيت مدى الاهتمام الذي توليه المؤسسة لموقع المرتبط العلاقات العامة و المجهودات الوظيفية التي ليست شيئا مجزئا ولكنها مجموعة عناصر مترابطة تخدم بعضها البعض. ومن هذا المنطلق وتعليقا على تلك الملاحظات المتحصل عليها تم رصد موقع هام للعلاقات العامة لا يمكن الاستغناء عنه بل يمكن تفعيله و تطويره .

أما بخصوص الهدف من إدراج قسم للعلاقات العامة في وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية .

فمن خلال التطور الذي تشهدها لمنظومة الإدارية والفكرية لإنسان اليوم باتت للعلاقات العامة أهمية بالغة لا يمكن تجاهلها لما لها من دور لا يستهان به لذلك ثم إدراج هذا الوافد العلمي إن صح التعبير ضمن سياقات ونشاطات وكالتنا فهي تسعى لإرضاء زبائنها والسهر على راحتهم وتلبية كل متطلباتهم وهذا هو الأساس الذي نحاول إقامته لمد جسور التواصل مع جماهير وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية وتقديم أرفع الخدمات وتجاوز العقبات الصعوبات التي تواجهنا. وفي وكالة الصندوق الوطني نريد تقديم كل ما من شأنه خدمة الصالح

[1] مصطفى خالدي،مكتب الإصغاء و الإعلام ،2021،14:00/05/16 ،الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية، المدية .

العام من جهة إبراز صورة مشرفة للوكالة وما تقدمه من خدمات لمجتمعها وهي بذلك تشكل حلقة وصل واتصال وكذلك أداة تواصل فعالة ونشطة داخل الوكالة وخارجها ، فنجاح المؤسسة لا يتوقف.[1]

فقط على ما تحققه من انجازات إذا لم تتمكن من ابراز هذا الإنجاز إلى الفئات المستهدفة من جمهورها والمتعاملين معها[2] ، والعلاقات العامة وما تحمله من أفكار وأساسيات ومبادئ تؤسس لنمط جديد في معاملتنا وتفاعلاتنا مع الزبائن فلم تعد ذلك الأسلوب الذي تتم من خلاله تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة فحسب ، بل أصبحت تعبيرا فكريا وفلسفيا عن إدارة الجودة وإدارة المعرفة ، وهي التي تشتغل في مجال الضمان الاجتماعي من باب أولى أن تكون هي السباقة في تبني كل أطر العلاقات العامة. لأننا نتعامل مع شرائح مهمة في المجتمع على غرار المؤمنين اجتماعيا الذين يبلغ عددهم بالآلاف وليسوا وحدهم فقط ، وهذا مجرد مثال بسيط لا غير .وما أود قوله أننا دائما وأبدا في حاجة إلى تغيير سلوكياتنا وأشكال التعامل فيما بيننا. لأن التغيير من السنن الكونية التي لابد منها. والعلاقات العامة من أبرز ما توصلت إليه البشرية في تسيير شؤوننا ولسنا في معزل عنها بل نحن جزء منها.

المحور الثاني :مكانة العلاقات العامة في مؤسسة CNAS:

أكد السيد أنه يسمح للموظفين بالتعبير عن رأيهم و عند سؤاله عن أخذ هذا الرأي بعين الإعتبار فقد أكد بأنه يأخذ بعين الاعتبار إذا كان إيجابيا يفيد المؤسسة كما خصصت المؤسسة صندوقا لتلقي الأراء و الأفكار حيث يتولى المسؤول عن متابعة و تنمية الفكرة المقدمة كما تدون الملاحظات و أخذ الأفكار المقترحة بعين الاعتبار .

[1] مصطفى خالدي،مكتب الإصغاء و الإعلام ،2021،11:00/05/16 ،الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية، المدية .

[2] بوعيسى كمال ،مدير الموارد البشرية،2021/06/20 ،10:24 ، الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية، المدية .

ما لاحظته من خلال دراستي الميدانية عبر أروقة المؤسسة و عند الدخول لخلية الإعلام و الاتصال تم رصد الكثير من المجلات فوق المكتب المخصص لزوار و أيضا مكتب الموارد البشرية و غيرها بتوفير كم هائل من المجلات عند سؤاله تم القول انه لا يستطيع أن يقوم ببث ربورتاج مصور حول نوعية الخدمات من أجل توعية في حين أنه يقوم بتوزيع مجلة تتضمن أخبار المؤسسة و نشاطها و إنتاجها .[1]

و في حالة معرفة مدى ما تقدمه المؤسسة من أجل تحسين أداء الموظفين و تقييمهم فقد أثبت بأنه ليس مسؤولا عن ذلك و إنما كل رئيس دائرة أو قسم أو مصلحة في مؤسسة يقيم مرؤوسه المباشر بينما المدير يقيم رؤساء الأقسام و الدوائر ويكون التقييم طبقا لقول المدير و عند سؤاله على أي أساس يقيم قال على حسب المجهودات الفردية المبذولة من طرف الموظف و بناء على النشاط اليومي له و مردوديته الإنتاجية و مدى التوصل لتحقيق الأهداف المحددة من طرف المؤسسة في فترة زمنية معينة حيث يقوم بتقييم المردودية الفردية للموظف بالنقاط فمثلا تقاس على 10 إذا كانت النقاط أقل من 05 يتم إستدعائه و التحاور معه عن الأسباب التي أدت إلى إنخفاض و سوء مردوديته فإذا كانت نتيجة للضغوطات و صعوبات أو مشاكل يمر بها الموظف فإن المسؤول عنه يحاول إيجاد حلول لهذه المشاكل و منه نستنتج ان المؤسسة تهدف إلى تحسين أداء الموظف.

اليوم الموالي كان البعض من الأفراد يقومون بالاستفسار عن سبب تأخر صب معاشتهم و عدم تفعيل العطل المرضية الخاصة بهم فقمت بطرح بعض من الأسئلة مع أحد المتعاملين في المؤسسة و ذلك قصد التعرف على كيفية تعامل المؤسسة مع جمهورها الخارجي إذ كان الإختيار على زبون وفي للمؤسسة بحصوله على الكثير من الوثائق الخاصة به و لعائلته و معظم الأفراد العاملين تحت سلطته اي المشرف الرئيسي حيث قال يمكني أن أذهب لصندوق الوطني للتامينات الاجتماعية بدائرة البرواقية لكني أقوم باستخراج كل الوثائق الخاصة بي منذ أكثر

[1] بوعيسى كمال ،مدير الموارد البشرية،2021/06/12 ،09:22 ، الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية، المدية .

من 10 سنوات و هو يتواصل معها بصفة مستمرة كما يتواصل معهم باستخدام " فضاء الهناء " عبر الانترنت و هذا ما تم إثباته من طرف مدير المؤسسة باعتبار فضاء الهناء وسيلة حديثة و سريعة للتواصل .[1]

أما فيما يخص استقبال المؤسسة له فقد أوضح أن هذه الاخيرة تستقبله بطريقة جيدة و تتفهم طلبه و تهتم به .

يمكن القول أن مكانة العلاقات العامة في امؤسسة الصندوق الوطني للتامينات الاجتماعية إعتبارها جزءا مهم لا يمكن الإستغناء عنه حيث تستخدم كافة إمكانيتها و مواردها المادية و البشرية لتحقيق مكانة معينة بغية الوصول إلى الهدف الرئيسي ألا و هو نجاح المؤسسة و ضمان إستمراريتها و إستقرارها حيث أنها تسعى لتحقيق سمعة الحسنة للمؤسسة و العمل على خلق إنطباع جيد عنها لدى الجمهور الداخلي كما يمكن أن تروج لخدمات المؤسسة و منتجاتها عن طريق الإعلانات و غيرها و تمتين العلاقة مع الجمهور الداخلي و الخارجي .

و من خلال الملاحظة تم رصد مكانة العلاقات العامة و تم تقسيمها إلى قسمين كالتالي :

أولا على الصعيد الداخلي : و تمثلت في تثقيف الأفراد العاملين و إرشادهم مما يؤدي إلى زيادة وعيهم و التخفيف من حالات الخلاف بين العمال و زيادة التفاهم و التواصل بين مختلف المستويات الإدارة مع نشر روح التعاون بين أفراد العاملين للمؤسسة .

ثانيا على الصعيد الخارجي : شملت على الحفاظ على سمعة الطيبة للمؤسسة و تدعيم صورتها الذهنية لدى جماهيرها من خلال شرح سياسات المؤسسة و أهدافها مع شرح دور المؤسسة في خدمة أفراد المجتمع .[2]

[1] مقابلة مع السيد عمان لقمان ،زبون لمؤسسة الصندوق الوطني للتامينات الاجتماعية ، وكالة المدية .
[2] مقابلة خالدي مصطفى ،مدير العلاقات العامة ،2021/06/12 ، 14:33 ، الصندوق الوطني للتامينات الإجتماعية وكالة المدية.

لتحقيق هذه المكانة للعلاقات العامة يتطلب تحقيق و توفير بعض الشروط التي تم رصدها خلال الملاحظة و هي كالاتي :

- مساندة و تأييد الإدارة العليا بإهتمام العلاقات العامة .
- كفاءة المورود البشري أي الأفراد العاملين في إدارة العلاقات العامة .
- فعالية الاتصال المتبادل بين الإدارة و الجماهير .
- التنسيق التنسيق بين كل الجهود لتحقيق الأهداف الشاملة .

و نستنتج أن اهتمام مؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية بجماهيرها الداخلية و الخارجية و سعيها لخلق رابطة جيدة معهم في تنمية أدائهم و رفع مستوى الخدمات المقدمة و بالتالي رفع من إنتاجية المؤسسة ككل ، فتعامل المؤسسة الجيد مع العاملين و كل ما تقوم به من تحسين ظروف شغلهم و تشجيعهم على زيادة جهد أدائهم بالترقية في المنصب و غيرها من وظائف العلاقات العامة ، كما تنمي أدائهم و تحفزهم على بذل مجهودات أكبر في العمل ، كما ان استجابة المؤسسة السريعة لمطالب الموظفين و حلها لمشاكلهم تجعلهم في راحة نفسية مطلقة فعند تنمية أداء الموظفين يؤدي بدوره الى تنمية أداء المؤسسة و تحقق أهدافها بنجاح فكل ادارة من ادارات المؤسسات الخدماتية لها مكانة تسعى لتحقيقها و تظهر مكانة العلاقات العامة من الدور التي يقوم به في المجال الإداري بمعنى أنها تهدف إلى ايجاد و خلق التفاهم المتبادل بين المؤسسة و جمهورها و كذلك خلق و إقامة سمعة طيبة لها أواسط العمل و المحافظة على استمرار الاتصالات فيما بينهم .

المحور الثالث : فعالية العلاقات العامة في مؤسسة CNAS

الاتصال الداخلي من الأمور التي غالبا ما تكتسب من خلال الروابط الوظيفية التي يتواجد في محيطها العاملون و هناك من يراها تلك القدرات على بث روح العمل و التنافسية و خلق أجواء العمل و من خلال

الملاحظة للدراسة الميدانية أن الاهتمام بالعملية الاتصالية موجودة و تبين أن المؤسسة تعتمد على عدة وسائل لتحقيق فعالية في العلاقات العامة ومن بين هذه الوسائل :

01- الوسائل الشفوية:

- الهاتف: أكد السيد خالدي مصطفى أن الهاتف يحظى بمكان جد مهمة في المؤسسة العمومية للصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء وكالة المدية باعتباره وسيلة اتصالية سريعة و غير مكلفة و تساهم في سريان المعلومات بين مختلف الوكالات عن كل كبيرة و صغيرة .
- المقابلات : و هي من بين الوسائل التي يلجأ إليها الصندوق الوطني في عملية الاتصال و تختلف حسب الموضوع حيث نجد : مقابلات إنظباطية كأن يقوم رئيس المصلحة بمقابلة مع أحد موظفيه بغرض الاستفسار عن سلوك أو تصرف خاطئ قام به كالتغيب أو عدم القيام بمهامه.
- مقابلات الشكاوي: و هي تخص العمال في حالة وجود شكاوي يقوم رئيس المصلحة باستقبال المعني بالأمر العمل على إيجاد الحل .
- الاجتماعات : و تجري هذه الاجتماعات لحل المشاكل و اتخاذ القرارات و إعطاء الآراء و الاستفسارات و هذا من أجل السير الحسن للعمل و بعد إنتهاء الاجتماع يصدر القرار بتحويل الكلام الى وثيقة رسمية .

02- الوسائل المكتوبة:

- الفاكس : و هو من بين الوسائل التي يعتمد عليها في المؤسسة العمومية للصندوق الوطني في نقل و استقبال المعلومات إلا أنه نادرا ما يستعمل في الاتصال الداخلي و عند المحاولة للحصول على كل من مهام إدارة الأفراد العاملين بمؤسسة الصندوق الوطني تم الاتصال بمصلحة الإصغاء و الإعلام و كانت أهم المعلومات المقدمة من طرف السيد خالدي مصطفى أن المؤسسة تقوم اليوم باتصالات عديدة هي بمثابة شكل من أشكال العلاقات العامة و المتمثلة في إقامة الأيام الدراسية داخل المؤسسة تحت إشراف أساتذة

جامعيون في مختلف التخصصات و عند السؤال من الهدف منه أدلى قائلا قصد تبيان أهمية الاتصال الداخلي للمؤسسة و التي تساهم حتما في تقدمها بالإضافة إلى إنها مؤشر على نجاح الاتصال .

مع الجمهور الخارجي وهنا جزئية مهمة جدا فلو أردنا تحليل هذه المصطلحات كل على حدى لما وسعتنا هذه الأسطر مثلا الاستماع والصبر، هذان الثنائيان لا يمكن لأحدهما أن ينفصل عن الأخر وهنا في الوكالة ومن خلال تجربتي تخللت عديد المواقف بعضها سلبي جدا. فقد نتصادف مع زبون صعب وكثير الغضب وحتى الشغب وهنا تظهر الملامح الحقيقية لدور الاتصال و عماله من صبر ومسايرة وغيرها وحتى يتمكن من حل الإشكال يجب عليه أن يحسن الاستماع ودون مقاطعة الزبون أو الرد عليه بالطريقة الأولى .لأن المعاملة بالمثل لا تولد إلا مزيدا من الاحتقان بين الموظف وبين العميل أو الزبون ، ثم تأتي خطوة الشرح أو التوضيح وهنا تبرز قدرة أخرى من أساليب الاتصال إذ يجب أن تمتلك هذه الميزة دون أن يؤذي الزبون فيوضح له الجوانب التي خفيت عنه في المسألة التي جاء من أجلها كالعلامات القانونية أو القانون الداخلي أو أي شيء له علاقة بالموضوع.

كما سبق وأن فصلت في الجزء النظري لهذه الدراسة، فإن الاتصال داخل أي مؤسسة يأخذ أنواعا واتجاهات عدة ، ومن خلال دراستي الميدانية في الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية ميزت بين نوعين من الاتصال:

الاتصال الرسمي يلعب هذا النوع من الاتصال دورا هما في الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية حيث يتم نقل مختلف التعليمات وتبليغ القرارات والأوامر، قصد الحفاظ على السير الحسن لمختلف المصالح والمديريات ،ويتخذ هذا الشكل عدة اتجاهات:

الاتصال النازل : يتم بين الإدارة العليا والمصالح التابعة لها ويكون في شكل تعليمات وأوامر وتوجيهات وتقارير ....وذلك لشرح الخطط والبرامج وتحديد الاختصاصات وتوضيح الأعمال

الاتصال الصاعد : ويتمثل هذا النوع في الرد على المعلومات التي تصدر من الإدارة العليا

الاتصال الأفقي : إن الاتصال الأفقي في الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية مهم جدا ولا يمكن تجاوزه أو تجاهله، ويظهر هذا من خلال الاتصالات الجارية بين الفئات المتكافئة داخل الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية مثلا اتصال الموظفين من نفس المستوى المتواجدين بالوكالات على مستوى الولاية أو داخل الوكالة الواحدة لتبادل وجهات النظر حول العمل ، وعادة ما تعتبر وسيلة سريعة لنقل المعلومات لأنه في الغالب لا تتبع الإجراءات التنظيمية الروتينية فقد يكون في شكل طرح للآراء والأفكار والانشغالات المرتبطة بأداء المهام.

من خلال تحليل لأهم أنواع واتجاهات الاتصال الرسمي نستنتج أنه يطغى على المعاملات اليومية بين الموظفين في الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية ، كما أن الاتصال النازل و الأفقي مهمين في تبادل مختلف المعلومات وإبلاغ مختلف القرارات والمهام الراغب تأديتها سواء كان الاتصال عن طريق تقارير، مقابلات ، هاتف،...الخ.

أما عن الاتصال الصاعد فقد يتجلى في قيام الموظفين بتقديم تقارير حول وضعية وشؤون العمل وكيفية تسييره وقد كان هذا الاتصال متواجد بنسبة قليلة مقارن بالاتصال النازل والأفقي وذلك لتبليغهم بأنه قد تم تطبيق التعليمات أو الأوامر[1].

- **2الاتصال غير الرسمي** :ويتم هذا الاتصال خارج حدود الاتصالات الرسمية ولا يلتزم خلال دراستي الميدانية في الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية أن معظم الموظفين المتواجدين على مستوى الوكالة الواحدة أو بين الوكالات يلجؤون إلى هذا النوع من الاتصالات وذلك لوجود علاقات ايجابية بحكم الاحتكاك اليومي أثناء العمل.

كما لا أنسى أن يكون للعاملين على إطلاع جيد وواسع حول شؤون الإدارة والأعمال المرتبطة بالمؤسسة وطرق تسييرها ومجمل منشطاتها .وكل ما ذكرته هو القليل مما يجب أن يكون عليه دور بالعلاقات العامة في

[1] مقابلة السيد خالدي مصطفى مدير العلاقات العامة ،2021/06/25 الصندوق الوطني للتامينات الاجتماعية،15:63، وكالة المدية .

وكالتنا فهي من الشروط الصعب توفرها في كثير من العمال المختصين لأنها من الأمور الصعبة التي قلما تجتمع في مكون شخصي واحد .كل هذه تساهم بدرجة كبيرة في كسب ثقة الجماهير وتأييدهم للوكالة لهذا لابد من وجود قسم للعلاقات العامة (خلية الإصغاء والإعلام) و بما أن مؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية يهمها رأي المؤمن له اجتماعيا حول الخدمات التي تقدمها من حيث السهولة و الشمولية و بهذا أوضح المدير أنه يستطلع أراء الزبائن من خلال تقديم سجل الشكاوي و الاستطلاع على أراء لتدوين ملاحظاتهم و أرائهم و اقتراحاتهم و تسجيل الايجابيات و السلبيات عن الخدمة و يأخذها بعين الاعتبار من اجل التحسين حيث يتعرف على هذه الآراء و يستخلص الخطوات الواجب القيام بها للتحسين و هذا الدليل على مدى اهتمام المؤسسة بالمؤمن له و رغبتهم الدائمة في تلبية الطلب و الوصول إلى مستوى تطلعات و الحرص على أن تكون عند حسن ظن بها .

و فيما يتعلق برضى المؤمن له اجتماعيا عن الخدمات المقدمة كالعطل الصيفية و تصريح بأرباب العمل فقد أخبر أنه راضي عنها من حيث النوعية و الكيفية و كذا لم يواجه اي خلل في موقع الهناء المقدم من طرف المديرية حيث يمكنه الدخول بسهولة و الولوج الى الموقع حيث نستنتج من هذا ان المؤسسة تعامل زبائنها بطريقة جيدة و تحرص على حل المشاكل التي قد يواجهونها من اجل استقطاب اكبر قدر ممكن من العمال المؤمن لهم اجتماعيا و ضمان ولائهم الى جانب هذا فان درجة استجابة المؤسسة لطلب الفرد لخدمة معينة سريعة كما صرح به الزبون سابقا .

و بناء على المقابلة التي تم اجرائها نستنتج ان مؤسسة الصندوق الوطني للتامينات الاجتماعية لها علاقة متينة مع المؤمن له اجتماعيا مبنية على الاتصال الدائم و التواصل الفعال بينهما ، بالإضافة إلى التفاهم و الاتفاق الصادق التي يتخلل روابطهما و الاهتمام التي توليه المؤسسة للزبائن من تعامل و استقبال جيد لهم مع جعل هذا الاخير راضى عن المؤسسة و خدماتها كما يرغب في استمرارية التعامل معها .

فيما يتعلق بالتعامل مع وسائل الإعلام المحلية و الوطنية أكد المدير بانهم لا يستقبلون الصحافيين و لا يتعاملون معهم إلا في ظروف معينة و لا يتصلون بهم و يقومون بتقديم الخدمات عن طريق الانترنت و توزيع المجالات و إقامة معارض و قد قاموا مرة واحدة فقط بإشهار في التلفزيون فهم لا يعتمدون على الإشهار كثيرا نظرا لتكلفته الكبيرة [1]

و عند سؤال عن ردة فعل المؤسسة في حالة وجود نقص أو خلل في الخدمات فقد أجاب المدير بأنه يعمل بقوة على دحض الخلل من خلال تقديم التوضيحات اللازمة لإزالة سوء الفهم و الاستعانة بوسائل الإعلام و الاتصال لنفي الخلل التي قد يؤثر سلبا عليها .

استنادا على هذه المعلومات نستنتج أن مؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء وكالة المدية تمارس مختلف وظائف العلاقات العامة و تحتل مكانة كبيرة و واقعها جد مقبول و لا بأس به سواء في إطار تعاملها مع الجمهور الداخلي او الخارجي المتمثل في موظفيها أو في إطار تعاملها مع الجمهور الخارجي و المتمثل في الزبائن و المؤمن لهم اجتماعيا ، فهي تعمل بصفة مستمرة تمنع وجود أي مسافة تفصل بينها و بين الجمهور الداخلي و المداومة على الاتصال بهم ، و التقرب منهم بالحرص على حسن المعاملة و تلبية الرغبات المتعددة و المتنوعة و السهر على راحتهم بما يكفل استمرار العمل و تطوير الأداء و تحقيق الأهداف المحققة .

و من منطلق تلك الزيارات و بناءً على البرامج التي تم تحديدها في دليل الملاحظة المستعمل قمت بتدوين أهم الملاحظات التي تم تسجيلها من الميدان و جاءت كمايلي:

[1] مقابلة مع السيد ، حسان قريشي ، مدير مؤسسة الصندوق الوطني للتامينات الاجتماعية ،2021/06/20 على 9:30 ، وكالة المدية .

تبين أن إدارة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية تسعى إلى تحقيق عدة أهداف خاصة بالاتصال الداخلي حسب السيد : خالدي مصطفى .

يهدف الاتصال داخل الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية إلى ضمان التسيير الحسن لمختلف المستويات الإدارية والمصالح عن طريق لتدفق الكافي للمعلومات التي يحتاجها مجمل الموظفين والعمال من خلال تبادل الأفكار والآراء مع جمهورها الداخلي وذلك من أجل تسهيل عملية الاتصال الداخلي.

السرعة في إيصال المعلومة إلى المصالح المعنية لتطبيق الأوامر بأسرع وقت ممكن.

الاتصال بين المدير والموظفين أو فيما بينهم يؤدي إلى تدفق المعلومات وانتشارها على كافة المستويات، وذلك بطريقة تجعل العمل الداخلي قائم على تقسيم المهام فلكل موظف مهامه الخاصة به، والاتصال يعتبر من الأولين للعمل الداخلي وتنظيم .بمثابة الشبكة التي تجمع هذه الوظائف.

مخطط دليل الملاحظة

برنامج الملاحظة	موضوع الملاحظة	مجال الملاحظة	النتيجة
البرنامج الأول	**المحطة الأولى:** هي مرحلة الانطلاق و البداية في الزيارات الاستطلاعية لمواجهة تفكيري المسبق حول دور العلاقات العامة في تفعيل الإتصال الداخلي للمؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية للعمال الأجراء وكالة المدية	زيارة مقر مؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء وكالة المدية الإطلاع على جميع أقسام المؤسسة :قسم العلاقات العامة (خلية الإصغاء و الإعلام) نيابة مديرية الإدارة العامة ، نيابة مديرية الأداءات ، قسم المالية، قسم التحصيل، الرقابة الطبية	**1**التأكد من الكثير من السمات و الصفات البارزة التي تميز تسيير مؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية للعمال الأجراء بصفتها مؤسسة هامة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية . **2**طبيعة نشاط المؤسسة وأهدافها و استراتيجياتها وعلاقة ذلك بسياسات المؤسسة العامة.
البرنامج الثاني	**المحطة الثانية:** و هي المرحلة التي حددت فيها الأبعاد الخفية و الباطنة للظاهرة المدروسة عند تطبيق الملاحظة بالمشاركة و بعض المقابلات الحرة	مصلحة المستخدمين مصلحة الأجور، مصلحة الوسائل العامة ،مصلحة المنح، مصلحة العجز خلية التقاعد مع القطاع الصحي،مصلحة الميزانية العامة .خلية الإعلام	معرفة اتجاه الأفراد العاملين في المؤسسة نحو أداء مؤسستهم. التقرب أكثر لمعرفة وظيفة العلاقات العامة ودورها في تفعيل الاتصال و علاقتها بأداء المؤسسة. الوقوف على نوع العلاقة التي تربط مؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات و ببيئتها الداخلية و الخارجية.

البرنامج الثالث	**المرحلة الثالثة:** و هي المرحلة الأخيرة حيث تمّ من خلالها التأكد من دقة الاستنتاجات أثناء تطبيق الملاحظة ومقابلة و تشخيصية.	/ /	واقع ممارسة وظيفة العلاقات العامة في مؤسسة الصندوق الوطني و مدى توافق ذلك مع الإصلاحات المبذولة في إطار هيكلة قطاع الضمان لاجتماعي. موقع الفرد العامل في مؤسسة الصندوق الوطني التأمينات الاجتماعية من القضايا التالية : الاتصال لداخلي و تفعيله . طبيعة الممارسات التي تطغي على إستراتيجية المؤسسة في التسيير.

نتائج الدراسة:

من خلال الدراسة الميدانية توصلنا إلى النتائج التالية:

تهدف العلاقات العامة داخل وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية إلى تحسين صورة المؤسسة من خلال كسب رضا الزبائن وإقامة علاقات طيبة بين الجمهور الداخلي والخارجي.

تسعى وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية إلى تطوير مهارات موظفيها المهنية من خلال إقامة دورات تدريبية كل فترة مرتين في السنة.

إن العلاقات العامة هي وظيفة إدارية، ومخططة، تهدف إلى كسب رضا ودعم وتعاطف الجمهور الداخلي من موظفين، و جمهورها الخارجي عملاء...وغيرهم، ما يؤدي إلى تنمية أدائها، وتوسيع خدماتها .

يتمثل الهدف الأسمى للمؤسسة في بناء قاعدة اتصالية يرتكز عليها أفراد الجمهور الداخلي من خلال خلق روح التعاون والاحترام بين الموظفين والعمال حتى يسهل ذلك من مأمورية كسب الجماهير وثقتهم تتواجد حيوية هائلة ومرونة بين الموظفين في مكتب الإصغاء الاجتماعي للمواطن ومكتب الاتصال والعلاقات العامة داخل وكالة التأمينات الاجتماعية وهذا ما يجعل العمل ممتع ما يميز المكلفين بالعلاقات العامة داخل وكالة التأمينات الاجتماعية تعبيرات الوجه كالابتسامة الدائمة وطريقة الكلام أثناء الحديث.

أصبحت العلاقات العامة ضرورية في كل المؤسسات العمومية على اختلاف أنواعها وطبيعة نشاطاتها، و تهدف من خلالها إلى إقامة علاقات طيبة مع جمهور الثقة والتفاهم والود، و تحقيق السمعة الحسنة لها، وتحسين صورتها، مستخدمة في ذلك مختلف أنواع الوسائل الاتصالية من هاتف،إنترنت،مجلات وصحف، إذاعة وتلفزيون، معارض، لقاءات وندوات، مؤتمرات صحفية...وغيرها،

مؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء وكالة المدية تحرص على خلق علاقات جيدة مع جمهورها،و المحافظة على تلك العلاقات عن طريق الاتصال الدائم مع موظفيها لضمان حسن العمل، والتواصل المستمر عملائها للحفاظ على استقرارها واستمراريتها.

فمؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية تمارس مختلف وظائف هذه الأخيرة باستعمال شتى وسائل الإعلام والاتصال، وتربط بينها وبين عمالها رابطة قوية، و هم بدورهم راضون عن طريقة تعاملها معهم، كما أن الزبون لم يتعامل مع المؤسسة للمرة ا لأولى وإ نما لسنوات عديدة، ولديه ثقة كبيرة في خدمتها ونيته في استمرار التعامل معها بسبب جودة خدماتها .

من خلال ما تقدم نستنتج أن العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية الجزائرية تعتبر الركيزة الأساسية لها، في تنظيم سير عملها ومختلف سياستها وكذلك التعريف ببرامجها ونشاطاتها، لهذا يجب أن تكون العلاقات العامة لها مكانة هامة من أجل تحقيق أهدافها تجاه جماهرها الداخلية والخارجية ويكون ذلك من عدة توصيات وهي خلق جهاز منظم للعلاقات العامة في المؤسسة وتبني برنامجا للعلاقات العامة يكون واضح الأهداف مع ضرورة إعطاء العلاقات العامة مكانتها الطبيعية تماشيا مع تمليه متغيرات العصر في مجال المؤسسة الخدماتية وعدم حصر المهام في العلاقات الخارجية فقط.

وعلى العموم تبقى هذه الدراسة قد سلطت الضوء على جوانب عامة من الظاهرة المدروسة وفتحت آفاق أخرى لدراسات علمية جديدة.

ونستنتج من كل ما سبق أن العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية للصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية لها دور رئيسي في القيام بمهامها على أكمل وجه، وهذا ما يستوجب الاهتمام أكثر من طرف الرؤساء والمديرين وجعلها إدارة قائمة بذاتها في هذه المؤسسة.

ونرجو في الأخير أن تكون هذه الدراسة قد استطاعت إعطاء صورة أو فكرة عن واقع العلاقات العامة في مؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء وكالة المدية .

الخاتمة

موضوع العلاقات العامة يحظى بالكثير من الاهتمام باعتباره فن التفاهم مع الجمهور الداخلي وذلك في مختلف المستويات الإدارية والاتصالية منها، وقد اكتسبت العلاقات العامة مكانة متميزة وأصبحت إحدى وظائف الإدارة، وهذا الفن يقف عند العنصر البشري الذي اصطفاه الله على غيره من المخلوقات ووهبه قدرات هائلة تمكنه من تأدية عمله.

وقد عكست هذه الدراسة واقع دور العلاقات العامة لواحدة من أهم المؤسسات الخدماتية وهي مؤسسة الصندوق الوطني لضمان الاجتماعي و التي تعمل منذ تأسيسها على تحسين صورة المؤسسة بغية تحقيق أداء فعال ومؤثر في نشاطات المؤسسة ككل ، غير أنه من الواضح أن هذه الأساليب الاتصالية لا زالت موضع التطوير و التحسين على بعض المستويات ، فبالرغم من هذا إلا أنه لا يمكننا أن ننفي أن المؤسسة تمارس وظيفة العلاقات العامة وبشكل يومي ودائم، لكن تحت مسمى آخر وهو الاتصال وأن الجهاز الذي يشرف عليه هو مكتب خلية الإعلام و الاتصال ، فهما يمارسانها على أكمل وجه، لكن الاختلاف يكمن في التسمية فقط، كما لا يمكن إقصاء أصحاب الخبرة والكفاءة المشرفين على هذا المجال وهنا نلتمس المكانة الكبيرة للاتصال داخل المؤسسة، وهذا ما يبرر العمل المتقن والظروف المناسبة التي يعمل فيها الموظفون والذين يتعاملون يوميا مع عشرات المواطنين ويلبون رغباتهم كاملة بأحسن السبل وفي أفضل الظروف.

وفي الأخير يجدر بي القول أن ما توصلت إليه ليس احتواء كلي لما قمت بدراسته في مؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء وكالة المدية ، وإنما هو اجتهاد مني لمحاولة التعرف على الدور الحقيقي للعلاقات العامة في تفعيل الاتصال داخل المؤسسة العمومية الجزائرية.

قـائمـة الـمصـادر

قائمة المراجع:

الكتب

.1 إبراهيم أبو عرقوب: الاتصال الإنساني و دوره في التفاعل الاجتماعي، ط1، دار محمد، لاوي للنشر ،الأردن، 1993

.2بسام عبد الرحمان الجرايدة : إدارة العلاقات العامة ، ط1 ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، .عمان ، الأردن ، 2013

.3بسام عبد الرحمان المشاقبة : نظريات الإعلام ، ط1 ، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، .الأردن،2011

.4جمال مجاهد : العلاقات العامة رؤية نظرية، د ط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية،2005

.5خالد خليل ظاهر : القانون الإداري، دراسة مقارنة، ط1 ، دار المسيرة للنشر و التوزيع،عمان، الأردن، دس .بدون سنة نشر.

.6خيضر شعبان : مصطلحات في الإعلام و الاتصال، دار اللسان العربي للنشر و التوزيع، .الجزائر 2000.

.7زهير حديدان : مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ،دس

.8زياد محمد شرمان ، عبد الغفور عبد السلام : مبادئ العلاقات العامة ، ط1 ، دار صفاء للنشر .والتوزيع ، عمان ، الأردن ،2011

.9زيد منير عبودي : إدارة المؤسسات العامة، د ط، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان، .الأردن،2009 .

. 10صالح خليل أبو إصبع : العلاقات العامة و الاتصال الإنساني، ط1 ، دار الشرق للنشر .و التوزيع، عمان ،الأردن،2004

. 11صباح حميد علي ، غازي فرحان أبو زيتون : الاتصالات الإدارية أسس و مفاهيم ، .ط1 ، دار الحاجب للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ،2007

. 12صلاح الدين الهيتي، نعمة عباس : تحليل أسس الإدارة العامة، د ط، دار اليازوري .العملية للنشر والتوزيع ،عمان،الأردن ،2009

. 13طارق المجدوب : العملية الإدارية و الوظيفة العامة، ط1 ، منشورات الحلبي .الحقوقية، عمان، الأردن، 2005.

. 14عادل حسين مصطفي زهير : الإدارة الهامة،د ط ، دار النهضة العربية للطباعة و .النشر ،بيروت، لبنان ، 1987.

. 15عامر إبراهيم قنديلجي : البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات ، ط3 ، دار .الميسرة للنشر والتوزيع و الطباعة ، عمان ، الأردن ،2007

. 16عبد الباسط عبد المعطي : اتجاهات نظرية في علم الاجتماع، دط، سلسلة علم المعرفة، .الكويت،1981

. 17عبد الرحمان عايظ مسلم الثبيتي : علم اجتماع التربية، ط1 ، المكتب الجامعي الحديث، .دبي،2002

. 18عبد الرحمان محمد بن عبد الرحمان : النظرية في علم الاجتماع، دط، دار المعرفة .الجامعية، الإسكندرية ، 2006.

. 19عبد الرزاق محمد الديلمي : المدخل إلى وسائل الإعلام و الاتصال، ط1 ، دار الثقافة .للنشر و التوزيع، عمان، الأردن،2011 .

.عبد اللطيف فطيش : الإدارة العامة من النظرية إلى التطبيق، ط1 ، منشورات الحلبي، .بيروت، لبنان،2003

. 21عبد الناصر جردات : لبنان الشامل، مقدمة في العلاقات العامة، د ط ، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن ،2011 .

. 22عزام محمد على جويلي : العلاقات الدولية، ط1 ، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية،2015.

. 23على الحوات : النظرية الاجتماعية، اتجاهات سياسية، دط، منشورات .طرابلس، ليبيا،1990 .

. 24عمر صخري : اقتصاد المؤسسة، ط3 ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر. 2015.

. 25غريب عبد السميع : الاتصال و العلاقات العامة في المجتمع المعاصر، د ط، مؤسسة .شباب جامعة الإسكندرية،2006 .

. 26فؤاد شريف : نظام الاتصال و عملية الإدارة، ط2 ، المعهد القومي للإدارة العليا،1967 .

. 27فؤادة عبد المنعم البكري : العلاقات العامة بين التخطيط و الاتصال، ط1 ، عالم الكتب .القاهرة،2014

. 28فايز جمعة النجار : أساليب البحث العلمي ، ط2 ، دار الحامد للنشر و التوزيع ، .عمان، الأردن،.2010

. 29فريحة محمد كريم : العلاقات العامة البعد الفكري و التطبيقي، د ط ،دار العلوم للنشر .و التوزيع، عنابة ، 2012.

. 30 .فريد راغب النجار : تكنولوجيا الاتصالات، د ط، الدار الجامعية، مصر،2008 .

.31. بسام عبد الرحمان المشاقبة : نظريات الإعلام ، ط1 ، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن،2011

.32خيضر شعبان : مصطلحات في الإعلام و الاتصال، دار اللسان العربي للنشر و التوزيع . الجزائر.1422

المذكرات

1- ياسين مسيلي،العلاقات العامة في المؤسسة الصحية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستر تخصص إعلام و اتصال علاقات عامة،الجزائر،2008.

2- عذراء عواج،واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية، دراسة ميدانية مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستر إعلام و اتصال تخصص علاقات عامة، قسنطينة،2009.

المقابلات

1- مقابلة مع السيد مسؤول خلية الإعلام و الإصغاء،خالدي مصطفى .

2- مقابلة مع السيد مسؤول الموارد البشرية ،بوعيسى كمال.

3- مقابلة مع السيد مدير حسان قريشي مؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية.

4- مقابلة مع السيد عمان لقمان ،زبون لمؤسسة الصندوق الوطني للتامينات الاجتماعية ، وكالة المدية .

الملاحق

وزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي
الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء

التأمين على الامومة

أنتِ عاملة أجيرة

يسمح لك التأمين على الأمومة الاستفادة من:

- الأداءات العينية (تعويض مصاريف العلاج الصحي)
- الأداءات النقدية (الحصول على تعويض يومي بدلا عن الراتب الشهري):

للاستفادة من هذه الأداءات يجب أن تتوفر لديك الشروط التالية:

- صفة المؤمن لها اجتماعيا،
- تبرير مدة معينة من العمل،
- عدم الانقطاع عن العمل لأسباب أخرى غير تلك المعوضة من قبل مصالح الضمان الاجتماعي، أثناء الفترة الممتدة ما بين أول معاينة طبية للحمل وتاريخ الولادة.

التأمين على الامومة

يجب تقديم الوثائق التالية:

- شهادة تتضمن المعاينة الأولى للحمل (03 أشهر)،
- شهادة فحص الحمل قبل الولادة (الشهر السادس)،
- شهادة فحص الحمل قبل الولادة (الشهر الثامن)،
- شهادة الولادة،
- كشف الميلاد،
- شهادة التوقف عن العمل لمدة 98 يوما،
- شهادة العمل والأجر التي تحدد الأجور وأيام العمل
- وثيقة التصريح باستئناف العمل أو عدمه
- سند العطلة (في حالة فترة العطلة السنوية)

تعويضاتكِ اليومية:

- تحق لكِ الاستفادة من عطلة أمومة مدتها 98 يوما أي 14 أسبوعا متتالية
- تستفيدين من التعويضات اليومية خلال هذه الفترة بنسبة 100 %

التقادم

يتقادم الحق في اداءات التأمين على الأمومة بعد انقضاء 04 سنوات ما لم تتم المطالبة به.



التأمين على الامومة



الموقع الالكتروني WWW.CNAS.DZ
البريد الالكتروني:
celluleecoutecommunication@cnas.dz
الهاتف و الفاكس 021-91-22-04 /021-91-16-69
العنوان : طريق الحوضين بن عكنون الجزائر

اتفاقية الصندوق مع المراكز الخاصة لتصفية الدم

الصندوق يرافقكم خلال حصص تصفية الدم

في اطار التكفل الامثل بالمرضى المصابين بالعجز الكلوي المزمن، ابرم الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الاجراء اتفاقية مع المراكز الخاصة لتصفية الدم .

شروط التكفل:

- ✓ ان تكون مؤمن له اجتماعيا، أو من ذوي الحقوق،
- ✓ ان تكون مصابا بعجز كلوي مزمن.

نسبة التكفل:

يتكفل الصندوق بحصص تصفية الدم بنسبة 100 % إضافة إلى كل ما ترتب بالعلاج.

إجراءات التكفل:

كصفة عامة، يتعين على المريض تقديم لمركز الدم المتعاقد مع الصندوق وثيقة الالتزام بالتكفل الصادرة عن الوكالة الولائية لنشاط المركز في نسختين، وذلك مهما كانت وكالة انتسابه. للإشارة، يتم تحرير وثيقة الالتزام بالتكفل على اساس وصفة وطبية للطبيب المعالج للمريض و كذا ملف طبي كامل.

اتفاقية الصندوق مع المراكز الخاصة لتصفية الدم

مدة صلاحية وثيقة الالتزام بالتكفل وتجديدها:

تسلم وثيقة التكفل الصادرة عن الصندوق و السارية لمدة سنة، وذلك في حدود ثلاث (03) حصص خلال الاسبوع، ويتم تجديدها كل سنة دون انقطاع مع تحديد عدد الحصص في الاسبوع وذلك على أساس طلب مسبق من قبل مركز تصفية الدم، مدعما بكل الوثائق الطبية والادارية الضرورية.

حالات توقيف التكفل:

يمكن لوكالة الصندوق المؤهلة اقليميا ان توقف عملية التكفل في الحالات التالية :

- إذا استفاد المريض من عملية زرع الكلية،
- إذا غير المريض مركز تصفية الدم،
- في حالة وفاة المريض.

هـــام:

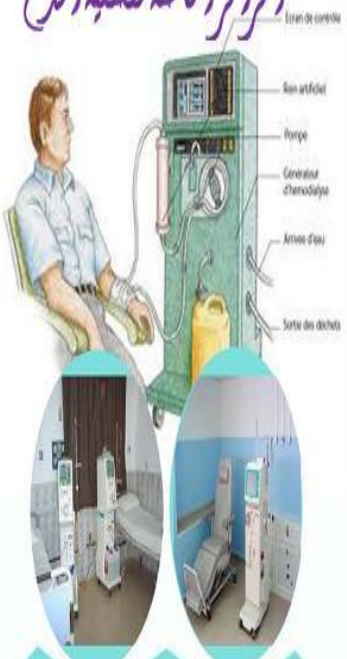
- يحق لك اختيار مركز تصفية الدم الذي ترغب في تلقي العلاج به،
- لا يمكن أن يطالب مركز تصفية الدم أي مبلغ اضافي للمريض،
- يمكن أن يقلص أو يزيد عدد حصص تصفية الدم، وذلك من خلال وصفة طبية محررة من قبل الطبيب المعالج المختص في امراض الكلى على أن تكون مبررة من قبل مصالح الرقابة الطبية للصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الاجراء .

WWW.CNAS.DZ

وزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي
الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء



اتفاقية الصندوق مع المراكز الخاصة لتصفية الدم



العنوان : طريق الحوضين بن عكنون
الهاتف الفاكس : 54 25 91 021 / 04 22 91 021
الموقع الالكتروني : WWW.CNAS.DZ
البريد الالكتروني :
celluleecoutecommunication@cnas.dz

وزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي
الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء

التأمين على الوفاة

عند وفاة المؤمن له إجتماعيا، تسدد مصالح الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء رأس مال الوفاة لفائدة ذوي الحقوق المتمثلين في:

- الزوج (ة)،
- الأطفال المتكفل بهم،
- الأصول المتكفل بهم،

الشروط :

يجب أن يكون المؤمن له اجتماعيا الناشط قد عمل 15 يوما خلال الثلاثة أشهر التي سبقت تاريخ الوفاة .

الملف الواجب تكوينه: في جميع الحالات:

- طلب رأس مال الوفاة،
- الإلتزام بإرجاع المبلغ المتحصل عليه وغير المستحق في حال ظهور أي ذي حق آخر خارج هؤلاء المذكورين في الطلب؛
- شهادة الوفاة،
- بطاقة عائلية للحالة المدنية،
- بطاقة الشفاء الخاصة بالمؤمن له اجتماعيا وتلك الخاصة بذوي الحقوق،
- شهادة العمل والأجر (بالنسبة للمؤمن له اجتماعيا الناشط)،
- شهادة تتضمن المبلغ السنوي للمنحة أو الريع (بالنسبة للمؤمن له اجتماعيا غير الناشط).

التأمين على الوفاة

يحتسب رأس مال الوفاة كما يأتي:

بالنسبة للأجراء:

- إثنى عشرة (12) مرة مبلغ الأجر الشهري الخاضع للاشتراكات، الأكثر امتيازا الذي تقاضاه المتوفى خلال السنة التي سبقت الوفاة،
- لا يمكن أن يقل هذا المبلغ عن إثنى عشرة مرة الأجر الوطني الأدنى المضمون.

بالنسبة للمستفيدين من المنح أو الريوع:

- إثنى عشرة (12) مرة المبلغ السنوي للمنحة أو الريع،
- لا يمكن أن يقل هذا المبلغ عن نسبة 75 % من الأجر الوطني الأدنى المضمون.

كيف يتم تسديد رأس مال الوفاة؟

- يسدد رأس مال الوفاة مرة واحدة.
- في حال تعدد المستفيدين يوزع فيما بينهم بحصص متساوية، وذلك إما عن طريق:
  - صك بنكي،
  - التحويل إلى الحساب البريدي الجاري،
  - التحويل إلى الحساب البنكي الجاري

التقادم

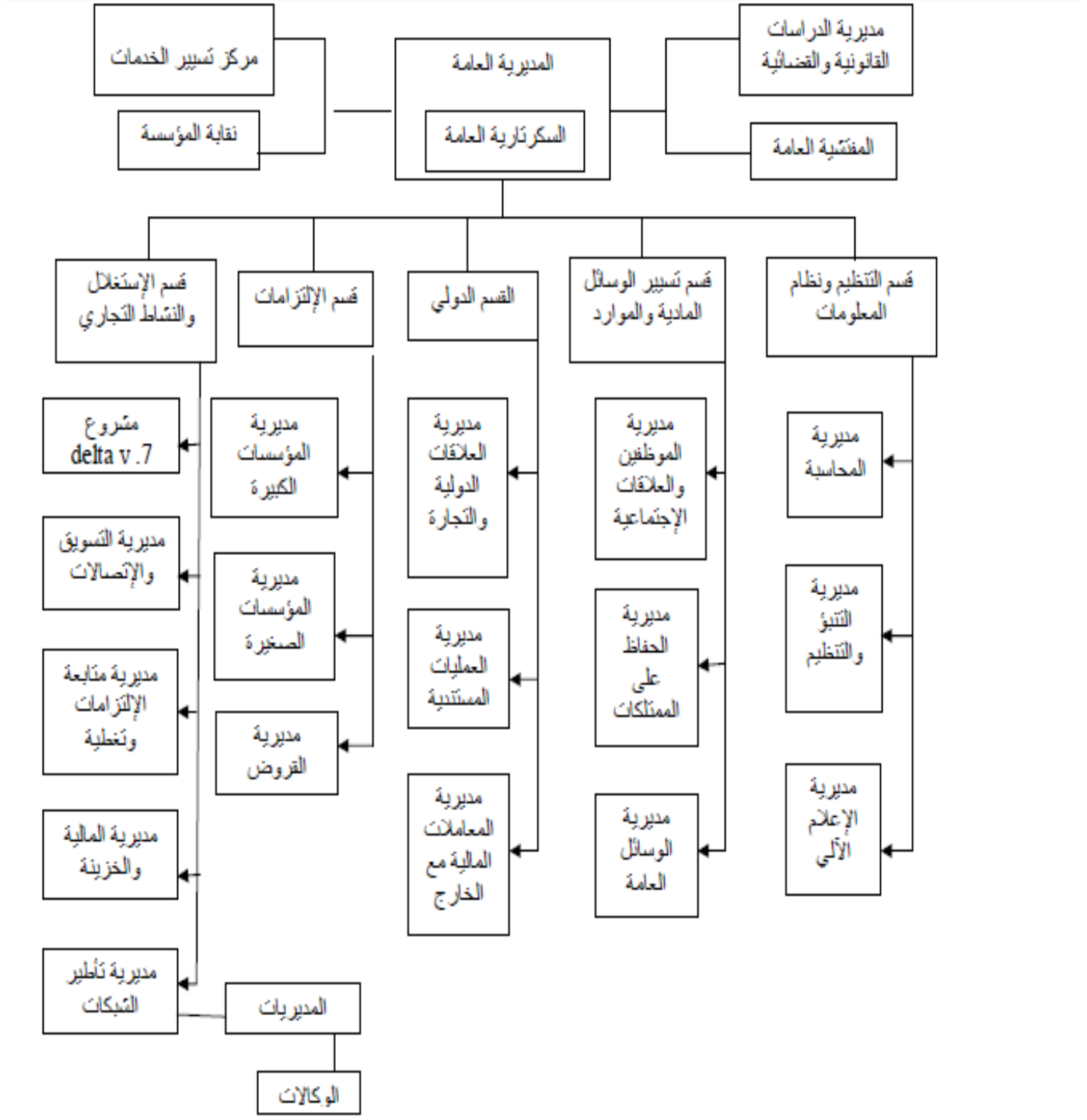
تتقادم المطالبة برأس مال الوفاة بعد انقضاء أربع سنوات ابتداء من تاريخ الوفاة



التأمين على الوفاة

الموقع الإلكتروني WWW.CNAS.DZ
البريد الإلكتروني
celluleecoutecommunication@cnas.dz
الهاتف و الفاكس: 021-91-22-04 /021-91-16-69
العنوان : طريق الحوضين بن عكنون الجزائر

WWW.CNAS.DZ



شكل رقم 05: الهيكل التنظيمي لمؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات

قائمة الأشكال :

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
01	**كيفية تطوير العلاقات العامة**	24
02	**الإتصال الداخلي**	52
03	**الإتصال الأفقي**	55
04	**الإتصالات الرسمية و الغير رسمية**	56
05	**الهيكل التنظيمي لمؤسسة الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية.**	108

الفهرس

شكر .....
الإهداء.....
مقدمة .....- أ -
- الإطار النظري للدراسة
- الإشكالية و التساؤلات 09
أهمية الدراسة 09
- أهداف الدراسة 09
- أسباب اختيار الموضوع 10
- المنهج و أدواته.....113-10
- تحديد المفاهيم والمصطلحات 14-13
- الدراسات السابقة 18-14
- صعوبات الدراسة 18
- الإطار المنهجي للدراسة
- الفصل الأول :العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية
- المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة كجهاز في المؤسسة 30- 23
- المبحث الثاني :أهمية العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية 30-44
- المبحث الثالث: أهداف العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية 44-45
- الفصل الثاني : الإتصال الداخلي في المؤسسة الخدماتية
- المبحث الأول: الاتصال الفعال لدى المؤسسة الخدماتية 60-51
- المبحث الثاني :أهمية الاتصال في المؤسسة الخدماتية 62-60
- المبحث الثالث: متطلبات الاتصال في المؤسسة الخدماتية 62-65
- الاطار التطبيقي للدراسة
- الفصل الثالث : ممارسة العلاقات العامة في مؤسسة CNAS 80-71
- المبحث الأول: موقع العلاقات العامة في مؤسسة CNAS 82-80
- المبحث الثاني :مكانة العلاقات العامة في مؤسسة CNAS 82-85
- المبحث الثالث: فعالية العلاقات العامة في مؤسسة CNAS 93
- نتائج الدراسة .....
- الخاتمة
- الجداول
- الملاحق