جـامعـــة الدكتور يحي فارس بالمدية

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

الاتصال العمومي والتنمية الاقتصادية في الجزائر

دراسة حالة مؤسسة صيدال لولاية المدية

-الفترة الممتدة من بداية ماي الى غاية 2025/06/11

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إعـــداد الطالبين:

- خليل عبد النور
- بن سليمان محمد

إشـــراف الأستـاذ:

د. كيموش المختار

لجنة المناقشة:

الاسم والقلب	الجامعة	الصفة
حراث سمير	جامعة المدية	رئيسا
كيموش المختار	جامعة المدية	مشرفا ومقررا
بوصفط عبد العزيز	جامعة المدية	مناقشا

السنة الجامعية: 2025/2024


بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وعرفان

الحمد لله و الشكر لله على فضله و نعمه التي لا تعد ولا تحصى .

نتقدم بكل عبارة الشكر للأستاذ الفاضل " كيموش المختار" و الذي لم يبخل علينا بنصائحه و توجيهاته و دعمه لنا خلال فترة اشرافه علينا .

كذلك نشكر كافة الأساتذة الكرام الذين تلقينا على أيديهم مختلف مستويات العلم والمعرفة ونخص بالذكر أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال. وإلى كل من ساهم في إنجاز هذا العمل من قريب أو من بعيد وإلى كل من حمل لواء العلم أمانة على عاتقه لينير به درب الأجيال.

إهداء

إلى من سعى وشقي لأنعم بالراحة والهناء , إلى الذي لم يبخل علي بشيء من أجل دفعي إلى طريق النجاح . إلى من أفنى من عمره السنين لأصل إلى هذا المستوى .

أبي الغالي انت الضوء في ظلام الزمان . بجانبك أشعر بالقوة و الأمان .

إلى من حملتني وهنا على وهن و صهرت علي في صغري و مدت يد العون لي في الكبير إلى نبع الحنان و عالم الأمان إلى أعز ما في الوجود .

أمي الغالية أنت نبع الحب و الحنان أدعو الله لكي بالسعادة و السلام .

إلى اخوتي و أخواتي و سندي في الحياة.

إلى أصدقائي و إلى كل طالب علم .

عبد النور.

إهداء:

بسم الله الرحمن الرحيم

إلى من كانا سبب وجودي، ومصدر عطائي، إلى والدي الكريمين، رمز العطاء والصبر والمساندة أهديكما ثمرة جهدي.

إلى زوجتي العزيزة، شكرا لصبرك ومساندتك الدائمة، كنت العون والسند في كل الظروف.

إلى أبنائي الأحباء، جواد ووفاء، حفظهم الله.

أهديكم هذه المذكرة، راجيا أن تكون مصدر فخركم يوما ما إلى أصدقائي المخلصين.

إلى أساتذتي الأفاضل، على كل من وضع لبنة في طريق هذا الانجاز أهديكم عملي هذا بكل فخر وامتنان.

محمد

خطة الدراسة:

شكر وعرفان

إهداء1

إهداء 2

ملخص الدراسة

مقدمة:

أولا: الإطار المنهجي

1-الإشكالية:

2.أسباب اختيار الموضوع:

3.أهداف الدراسة:

4.أهمية الدراسة:

5.مفاهيم الدراسة:

6.الدراسات السابقة:

7/ منهج الدراسة:

8/عينة الدراسة:

9/أدوات جمع البيانات:

10/مجالات الدراسة:

ثانيا: الإطار النظري

الفصل الأول: الاتصال العمومي

تمهيد:

المبحث الأول: ماهية الاتصال

المطلب الأول: مفهوم الاتصال

المطلب الثاني: تعريف الاتصال العمومي

المطلب الثالث: خصائص الاتصال العمومي

المطلب الرابع: المبادئ والفاعلون في الاتصال العمومي

المبحث الثاني: سيرورة الاتصال العمومي

المطلب الأول: أدوات الاتصال العمومي

المطلب الثاني: وظائف الاتصال العمومي

المطلب الثالث: أهمية الاتصال العمومي وأهدافه

المطلب الرابع: أنماط الاتصال العمومي

خلاصة الفصل:

الفصل الثاني: التنمية الاقتصادية والمسؤولية الاجتماعية

المبحث الأول: واقع التنمية الاقتصادية

المطلب الأول: مفهوم التنمية الاقتصادية ومجالاتها

المطلب الثاني: عناصر وأساليب التنمية الاقتصادية

المطلب الثالث: أبعاد واستراتيجيات التنمية الاقتصادية

المطلب الرابع: أهداف و أهمية التنمية الاقتصادية

المبحث الثاني: المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالتنمية الاقتصادية

المطلب الأول: تعريف المسؤولية الاجتماعية

المطلب الثالث: أهمية المسؤولية الاجتماعية

المطلب الرابع: أبعاد المسؤولية الاجتماعية

ثالثا: الإطار التطبيقي

1- تاريخ الشركة

2- عرض موقع إنتاج MEDEA

3- وصف مبنى الإنتاج

4- القطاعات المستهدفة

5- أهداف مؤسسة صيدال

6-تحليل مقابلات الدراسة

7- نتائج الدراسة

خاتمة

قائمة المصادر والمراجع

الملاحق

ملخص الدراسة:

تتمحور دراستنا هذه حول الاتصال العمومي والتنمية الاقتصادية في الجزائر، دراسة حالة مؤسسة صيدال لولاية " المدية ". التي تهدف إلى التعرف على كيفية مساهمة الاتصال العمومي في دعم وتفعيل المسؤولية الاجتماعية داخل مؤسسة صيدال.

فقد إعتمدنا على منهج دراسة الحالة لمعالجة إشكالية بحثنا واستعملنا المقابلة كأداة رئيسية والملاحظة كأداة مساعدة، واعتمدنا على العينة القصدية المتمثلة في 3 عمال من مؤسسة صيدال وعلى رأسهم مسؤول خلية الإعلام والاتصال و2 من أعضائه

تبين لنا من المعلومات التي توصلنا لها أن الاتصال العمومي أداة ضرورية ومهمة لضمان سيرورة المؤسسة بحيث يساهم بشكل كبير في الانسجام وتحقيق التفاعل ووفرة المعلومات.

بالإضافة إلى ذلك تبين لنا أن مؤسسة صيدال تسعى لتوفير كل الوسائل المادية والبشرية التي من شأنها أن تساهم في تحسين أدائها وتحقيق تنمية اقتصادية مدروسة .

الكلمات المفتاحية: الاتصال العمومي، المسؤولية الاجتماعية، التنمية الاقتصادية

Study Summary:
This study revolves around public communication and economic development in Algeria, with a case study of the **Saïdal Company in Médéa Province**. The aim is to identify how public communication contributes to supporting and activating social responsibility within Saïdal.

We adopted the case study method to address our research problem, using interviews as the main tool and observation as a complementary one. We relied on a purposive sample consisting of three employees from Saïdal, including the head of the Information and Communication Unit and two of its members.

The findings revealed that public communication is a necessary and important tool for ensuring the proper functioning of the institution, as it significantly contributes to harmony, interaction, and the availability of information.

Furthermore, it was shown that Saïdal seeks to provide all the material and human resources that could contribute to improving its performance and achieving well-planned economic development.

Keywords: Public communication, Social responsibility, Economic development.

مقدمة

مقدمة:

لقد مارس الإنسان نشاط الاتصال منذ القدم من أجل التعايش و بناء العلاقات الاتصالية مع الأخر. حيث أنه لتحقيق ذلك بذل جهدا في تطوير وسائله المختلفة التي يستعملها دائما في ظل جهوده المستمرة والتي يبذلها في إنشاء علاقات اتصالية جيدة.

إن عملية الاتصال أساسية في مختلف مجالات الحياة، بل أصبح وسيلة وغاية ملحة لتحقيق الأهداف لكونه عملية يتم وفقها نقل المعلومات والأفكار للأفراد والجماعات واشراكهم فيها من خلال تبادل الآراء وباعتبار أن الانسان اجتماعي بطبعه يمارس الاتصال ليفهم البيئة المحيطة به فيؤثر ويتأثر بها.

فالاتصال في العصر الحالي ضرورة حتمية تمليها متطلبات حياة الإنسان الاجتماعية والمادية، ومن الأمور التي لا يمكن الاستغناء عنها، فالمؤسسات من خلال توظيفها للاتصال تهدف إلى بناء علاقة تفاعلية مع محيطها، بقصد بناء سمعة طيبة لها وتقديم المصلحة العامة لجماهيرها، للتواصل مع جمهورها تستخدم نوع من الاتصال يتميز بالعمومية لتحقيق المنفعة العامة.

و يعتبر الاتصال العمومي ركيزة أساسية في المؤسسات في حين يعمل على تسهيل التسيير والانسجام والتعاون بين الأفراد.

إن المهمة الأسمى للاتصال العمومي في تعريف المواطن بالبيانات العامة للمؤسسة، فهو اتصال ذا اهتمام عام تصدره الإدارات والهيئات العامة، يضمنها القانون وهي خدمة عمومية في حد ذاتها يستفيد منه جميع المواطنين، وهذا ما جعل الاتصال العمومي الأداة المناسبة لتوثيق العلاقة بين الإدارة والمواطن من خلال التواصل فالمؤسسات الاقتصادية إحدى المؤسسات التي تستخدم الاتصال العمومي بمختلف وسائله وآلياته لضمان تدفق المعلومات لجمهورها المستهدف بغية تحقيق المنفعة العامة.

تعتبر التنمية الاقتصادية من أهم التحديات التي تواجه الجزائر، من أجل الاستجابة لمتطلبات الأفراد وتحسين مستوى معيشتهم وزيادة رفاهيتهم وتقوية الاقتصاد بشكل يعزز مكانة الدولة

وقوتها. وفي المقابل تشهد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تطورا لافتا، حيث أصحت معيارا لتقييم أداء المؤسسة. ليس فقط من خلال نتائجها الاقتصادية. بل أيضا من خلال مدى التزامها تجاه المجتمع والبيئة.

ولمعالجة هذا الموضوع قسمنا عملنا إلى مراحل :

الإطار المنهجي للدراسة: والذي نلتزم فيه بطرح و تبيين الخطوات و العناصر المنهجية المتعلقة بها : بناء الإشكالية، التساؤلات، أسباب اختيار الموضوع وأهداف الدراسة وأهميتها، وتحديد مفاهيمها والدراسات السابقة ومنهجها ونبين أدوات جمع البيانات ومجالات الدراسة.

الإطار النظري للدراسة: وتم فيه التطرق إلى فصلين، الفصل الأول كان بعنوان الاتصال العمومي والذي ضم مبحثه الأول مفهوم الاتصال وتعريف الاتصال العمومي. وخصائصه والمبادئ والفاعلين فيه. كما ضم مبحثه الثاني سيرورة الاتصال العمومي وكان بذكر أدواته ووظائفه وأهميته وأنماطه وأهدافه.

الفصل الثاني والذي ضم مبحثين أيضا. تناولنا في مبحثه الأول واقع التنمية الاقتصادية، مفهومها ومجالاتها وعناصرها. بالإضافة إلى الأبعاد والاستراتيجيات وأخيرا أهدافها وأهميتها، وفي المبحث الثاني تناولنا المسؤولية الاجتماعية وكان بذكر تعريف المسؤولية الاجتماعية والركائز الأساسية لها وأهميتها وأبعادها .

الإطار التطبيقي والذي إلتزمنا به بتوضيح و ذكر إجابات لتساؤلات بحثنا في ضوء ما توفر لنا من معلومات وفي ضوء الدراسة النظرية التي قمنا بها.

أولا: الإطار المنهجي

الإطار المنهجي

1-الإشكالية:

يلعب الاتصال العمومي دورًا هامًا في الربط بين المؤسسات ذات الطابع العمومي والموظفين، حيث يضطلع بعدة أدوار محورية تصب في خدمة المصلحة العامة، وتقوية اللحمة وتعزيز الانسجام بين المؤسسات والمجتمع عامة، من خلال تكريس جملة من الممارسات الاتصالية. لذلك، أصبح الاتصال العمومي وظيفة لا غنى عنها في تنظيم مختلف الأنشطة التي تتعامل معها المؤسسات. وتتمثل المهمة الأسمى للاتصال العمومي في تعريف المواطن بالسياسات العامة للسلطات العمومية، باعتباره اتصالًا ذا اهتمام عام، تصدره الإدارات والهيئات العمومية المنصوص عليها قانونًا، وهو بحد ذاته خدمة عمومية يستفيد منها جميع المواطنين.

يشمل الاتصال العمومي مختلف الوسائل الإعلامية المتاحة، سواء التقليدية مثل التلفزيون والإذاعة، أو الحديثة كالوسائط الرقمية عبر الإنترنت، مما يجعله ركيزة أساسية تعتمد عليها السلطة من أجل تطوير المعارف والوعي الاجتماعي.

وفي هذا السياق، يسعى الاتصال العمومي إلى تجسيد وتحقيق التنمية الاقتصادية التي تُعد من أبرز التحديات التي تواجه الجزائر، بهدف الاستجابة لمتطلبات الأفراد، وتحسين مستوى معيشتهم ورفاههم، وتقوية الاقتصاد الوطني، بما يعزز مكانة الدولة وقوتها، ويسمح بالاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية والبشرية المتوفرة.

وعليه، أصبح من الضروري تبني تخطيط استراتيجي حكومي واضح لرسم سياسة عامة تنموية، تجعل من التنمية الاقتصادية إحدى أولويات السياسات العمومية.

وقد كان للمؤسسات دور بارز ضمن هذه الجهود في إطار ما يُعرف بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، التي تمنح المجتمع دعمًا اجتماعيًا، اقتصاديًا، ثقافيًا وبيئيًا، وتُعد شريكًا فاعلًا في مسار الإصلاح والبناء، والمساهمة في دفع عجلة التنمية في مختلف قطاعاتها. وتكمن أهمية هذه المسؤولية في رفع كفاءة أداء العاملين وزيادة فعالية المؤسسة. وتُعد المؤسسات الاقتصادية من أبرز الفاعلين الذين يحتاجون إلى توظيف الاتصال العمومي للحفاظ على مكانتهم بين المنافسين،

وتحقيق أهدافهم، والمساهمة في التنمية الاقتصادية من خلال التزامهم بتطبيقات المسؤولية الاجتماعية.

لذلك، قمنا بدراسة موضوع "الاتصال العمومي والمسؤولية الاجتماعية ودورهما في تحقيق التنمية الاقتصادية" من خلال دراسة حالة مؤسسة "صيدال" بولاية المدية، حيث تمحورت الإشكالية الرئيسية حول السؤال التالي:

- كيف يساهم الاتصال العمومي في دعم وتفعيل المسؤولية الاجتماعية داخل مؤسسة صيدال؟

وينبثق من هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية، نذكر منها:

1-ما هي استراتيجيات الاتصال العمومي التي تستخدمها مؤسسة صيدال؟

2-كيف تتجلى المسؤولية الاجتماعية في أنشطة وبرامج صيدال؟

3-ما مدى فاعلية العلاقة بين الاتصال العمومي والمسؤولية الاجتماعية في تحقيق التنمية المؤسسية؟

2.أسباب اختيار الموضوع:

أ/ الأسباب الذاتية:

- الرغبة في تعميق المعرفة حول تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات.
- الارتباط الشخصي بالموضوع والإحساس بأهمية الإشكالية.
- المساهمة في إثراء الرصيد المعرفي للطلبة والباحثين حول دور الاتصال العمومي والمسؤولية الاجتماعية في تحقيق التنمية الاقتصادية والمؤسسية.

ب / الأسباب الموضوعية:

- قابلية الموضوع للدراسة والبحث من حيث المنهجية.
- أهمية فهم العلاقة بين الاتصال العمومي والمسؤولية الاجتماعية.

3.أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف هذه الدراسة في ما يلي:

1-معرفة أدوات واستراتيجيات الاتصال العمومي المستخدمة.

2-إبراز أهمية الاتصال العمومي داخل مؤسسة صيدال.

3-توضيح مكانة المسؤولية الاجتماعية ضمن الاتصال العمومي في صيدال.

4-التعرف على العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والتنمية الاقتصادية.

4.أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذه الدراسة في كونها تتناول موضوعًا محوريًا، حيث أصبح الاتصال العمومي عنصرًا أساسيًا في تسيير المؤسسات العمومية، كما أن المسؤولية الاجتماعية تحولت إلى معيار أساسي لتقييم أداء المؤسسات. ومن هذا المنطلق، تسعى هذه الدراسة إلى توضيح الدور الرئيسي للاتصال العمومي داخل المؤسسة، وإبراز أشكاله ومؤشراته التي تساهم في تفعيل التنمية المؤسسية، بالإضافة إلى إثراء المعارف حول هذا المجال المهم في السياق الأكاديمي والتعليمي.

5.مفاهيم الدراسة:

مفهوم الاتصال:

أ.لغةً: تعني كلمة "الاتصال" (Communication) التعبير و التفاعل من خلال بعض الرموز لتحقيق هدف معين و هذه الكلمة مشتقة من الأصل اللاتيني Communus بمعنى المشاركة و تكوين العلاقة ووفقًا لقاموس المختار، يُعرّف الاتصال بأنه "وصل الشيء بالشيء"، أي نقل المعلومات والمعاني والأفكار والمشاعر بين الأفراد أو المجموعات لتحقيق هدف معين[1].

ب:اصطلاحًا: هو جزء من كل شيء نفكر به و نعمله.

[1] مي عبد الله، نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة العربية، لبنان، 2006، ص23.

ويعرفه عالم الاجتماع (تشارلز كولي) بأنه عملية نقل المعنى أو المغزى بين الأفراد . حيث أكد أن الاتصال هو عملية أساسية في كل المجتمعات الإنسانية سواء بدائية أم حديثة العهد.

وتعرفه جيهان رشتي بأنه العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة ويتم في هذا التفاعل نقل أفكار و معلومات بين الأفراد عن قضية معينة أو معنى أو واقع معين[1].

ج. إجرائيا:

هو العملية التي يقوم بها العاملين بمؤسسة صيدال بالمدية بنقل المعلومات فيما بينهم لتحقيق وتجسيد أهداف هذه المؤسسة.

2. **مفهوم الاتصال العمومي:** هو الاتصال الذي يهدف إلى تقديم خدمة عمومية للفرد والجماعة من خلال مؤسساته المختلفة الإعلامية او الخدماتية في جميع مجالات الحياة من أجل ترقية الفرد إلى الأفضل لتغيير أو تطوير ظروف معيشته اليومية ضرورية والمهنية.[2]

وقد عرّفه الباحث بيار زيمور بأنه "اتصال رسمي يهدف إلى تبادل المعلومات ذات المنفعة العامة، والحفاظ على الرابطة الاجتماعية، وهي مسؤولية تقع على عاتق المؤسسات والمنظمات العمومية ذات المهام المجتمعية[3]."

ب. إجرائيًا:

هو الاتصال الرسمي الذي يُوظّفه العاملون في مؤسسة صيدال، من أجل تبادل المعلومات ذات المنفعة العامة، وتقديم خدمة عمومية لكل من الفرد والجماعة.

[1] نجلاء محمد صالح : مهارات الإتصال في الخدمة الاجتماعية .ط1 دار الثقافة للنشر والتوزيع .الأردن .2012 .ص22-23

[2] مصطفى ثابت . الفضاء العمومي وديمقراطية الإتصال في الوطن العربي .مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية .العدد 1 .مجلد 11 .2018.ص509

[3] جحنيط رضوان إلياس شويخي . دور الاتصال العمومي في تحسين صورة الهيئات العمومية. المجلة الدولية للإتصال الاجتماعي. المجلد 8 . العدد 2 .2021 .ص26

3. مفهوم التنمية:

تُعرف التنمية على أنها "عملية يتم من خلالها الانتقال من حالة التخلف إلى التقدم، ويصاحبها العديد من التغيرات الجذرية في الهيكل الاقتصادي والاجتماعي."

كما تُعرف بمفهومها الواسع بأنها "عملية تهدف إلى الرفع المستدام لمستوى المجتمع والنظام الاجتماعي نحو حياة إنسانية أفضل[1]."

ويمكن أيضًا تعريفها على أنها "انتقال المجتمع من وضعه الحالي إلى وضع أفضل على جميع الأصعدة، خلال فترة زمنية معينة، تُحدَّد وفق ما يُعرف بخطة التنمية[2]."

ب. إجرائيًا:

هي عملية مستمرة تتحقق عبر جهود العاملين في مؤسسة صيدال، من خلال إحداث تغييرات وتحوّلات جذرية، تسمح بالانتقال من وضع معين إلى وضع أفضل، خلال فترة زمنية محددة.

4. مفهوم التنمية الاقتصادية:

التنمية الاقتصادية هي "عملية ديناميكية تشمل جميع التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية الضرورية، التي تهدف إلى تحقيق زيادة سريعة، تراكمية ودائمة، في الدخل الفردي الحقيقي، خلال فترة زمنية معينة".

هي الحالة التي تحدث فيها جميع التغيرات الضرورية لانتقال المجتمع من مرحلة النمو الاقتصادي إلى مرحلة التقدم الاقتصادي، وذلك خلال فترة زمنية معينة قد تقصر أو تطول تبعًا للظروف الاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية، والطبيعية السائدة في الدول موضع الاعتبار.[3]

[1] مدحت القريشي . التنمية الاقتصادية ط1 . دار وائل للنشر. الأردن . 2007 .ص122
[2] سعد طه علام . التنمية والمجتمع . ط1 . مكتبة مدبولي . القاهرة .2006 ص25
[3] ممدوح مدبولي نصر .سهام عبد العزيز مروان .التنمية الاقتصادية .ط1 .2007 .ص118

5.مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

تُعرف المسؤولية الاجتماعية بأنها التزام تتعهّد به المؤسسات والمنظمات للقيام بأعمال وأنشطة تسهم في تنمية المجتمع وتحسين حياة الموارد البشرية داخل المؤسسة، وكذلك حياة أسرهم والمجتمع ككل.

ويمكن تعريفها أيضًا بأنها استجابة إيجابية من المؤسسة لحاجات المجتمع، وفقًا لأولوياته، مع الحرص على أن تكون المنتجات أو الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة مطابقة لتوقعات المجتمع[1].

ووفقًا "**للساقي وعبد الناصر**"، تُعرّف المسؤولية الاجتماعية بأنها "القرارات والتشريعات التي تُحدّد مصالح ومتطلبات المنظمات المختلفة ضمن المجتمع، وذلك من خلال مدى تفاعلها وقيامها بمسؤولياتها الاجتماعية إلى جانب مسؤولياتها الاقتصادية."

أما **خضر** فقد عرفها بأنها "عملية تحقيق التوازن بين أطراف متعددة لها مصالح متقاطعة أو مشتركة، مثل الشركاء، والمساهمين، والمجتمع المحلي المحيط ، والمستهلكون لخدمات أو منتجات الشركة، وجماعة والعاملون في الشركة. [2]"

إجرائيًا:

هي التزام مؤسسة صيدال اتجاه المجتمع الذي تنشط فيه، ومساهمتها في تنميته وتلبية احتياجاته، من خلال تحقيق مجموعة من المصالح والأهداف التي تصبّ في خدمة الصالح العام.

[1] فيروز مصلح الضمور . فوزية مقراش ، أثر الإلتزام بالمسؤولية الاجتماعية للشركات عل الميزة التنافسية ، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية مجلد 11 ، العدد 01 ، 2018 ، ص335

[2] ناصر جرادات ، عزام أبو الحمام ، المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية للمنظمات ، د/ط دار إثراء للنشر والتوزيع ، الأردن ص 28 ،29

6.الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

"دور الاتصال العمومي في بناء ثقافة الأمن الغذائي لدى المستهلك الجزائري – دراسة حالة: مديرية التجارة بالمدية"

أعدت هذه الدراسة الطالبة منصوري حبيبة، ضمن مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر – السنة الجامعية 2022/2021 – بجامعة الدكتور يحيى فارس، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، تحت إشراف الأستاذة محمدي خيرة.

إشكالية الدراسة:

إلى أي مدى تعتمد مديرية التجارة بالمدية على وسائل الاتصال العمومي في بناء ثقافة الأمن الغذائي لدى المستهلك الجزائري؟

التساؤلات الفرعية:

1-ما هي وسائل الاتصال العمومي المعتمدة من طرف مديرية التجارة في بناء ثقافة الأمن الغذائي؟

2-ما أهمية حملات الاتصال العمومي في ترسيخ هذه الثقافة؟

3-ما هي الاستراتيجيات المعتمدة لتحقيق ثقافة الأمن الغذائي لدى المستهلك الجزائري؟

فرضيات الدراسة:

1-الاتصال العمومي يُوظّف عدة وسائل لبناء ثقافة الأمن الغذائي.

2-تحقيق استراتيجية الأمن الغذائي يتطلب إرادة صادقة ودعم كافٍ.

3-الأمن الغذائي يُعدّ نهجًا فعّالًا لتحقيق الاستقلال الغذائي للمستهلك.

الإطار المنهجي

المنهج والأدوات:

اعتمدت الطالبة منهج دراسة الحالة، واستخدمت أدوات مثل الملاحظة والمقابلة لجمع البيانات.

النتائج:

بالنسبة للفرضية الأولى، تبين أن مديرية التجارة تستخدم وسائل متعددة مثل الإذاعة، الملصقات، ومواقع التواصل الاجتماعي.

بالنسبة للفرضية الثانية، تعتمد المديرية على استراتيجيات اتصالية متنوعة، وتُطبّق قوانين مثل قانون حماية المستهلك.

أما الفرضية الثالثة، فقد أكدت الدراسة أن المديرية تُسخّر الوسائل البشرية والمادية وتُقيم أنشطة توعوية لترسيخ ثقافة الأمن الغذائي لدى مختلف فئات المجتمع.

أوجه التقاطع مع دراستنا:

تتقاطع هذه الدراسة مع بحثنا من حيث اهتمامها بالاتصال العمومي، حيث تم التطرق إلى المبادئ والفاعلين في الاتصال، وأنماطه. كما أن كلتا الدراستين استخدمتا منهج دراسة الحالة، غير أن الدراسة السابقة ركزت على مؤسسة خدماتية (مديرية التجارة)، بينما تركز دراستنا على مؤسسة اقتصادية (صيدال).

الدراسة الثانية:

دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق التنمية المستدامة في المؤسسة الاقتصادية.

أعدت هذه الدراسة الطالبة "حنان عبداوي"، "أحلام قوادرية"، رواية رحم ضمن مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر. السنة الجامعية 2018-2019، بجامعة 08 ماي 1945 "قالمة" كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الاعلام والاتصال تحت إشراف الأستاذة مريم روابحية.

الإطار المنهجي

إشكالية الدراسة:

- كيف تساهم المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة عمر بن عمر في تحقيق التنمية المستدامة:

التساؤلات الفرعية:

1-ما لمقصود بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات؟

2-ما مدى التزام المؤسسات الجزائرية بمسؤوليتها الاجتماعية اتجاه المجتمعات.

3-هل تؤدي المؤسسات الجزائرية دور فعال في تحقيق التنمية المستدامة؟

4-ماهي درجة تطبيق أبعاد التنمية المستدامة في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية؟

المنهج والأدوات:

اعتمدت الطالبتين على منهج دراسة الحالة، وتم استخدام أدوات مثل الملاحظة والمقابلة لجمع البيانات.

النتائج:

- ماتزال ممارسة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية (عمر بن عمر) تحتاج إلى الكثير من الجهود لتحسينها وممارستها بشكل صحيح.
- غياب نص قانوني لتبني المؤسسة لمقاربة المسؤولية الاجتماعية
- يرتبط اهتمام المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية بمدى حسن ادارتها وتيسرها بشكل عام ففي ظل سوء الإدارة لا يمكن الحصول على مؤسسات مستدامة.

أوجه التقاطع مع دراستنا :

تتقاطع هذه الدراسة مع بحثنا من حيث اهتمامنا بالمسؤولية الاجتماعية حيث تم التطرق إلى الأبعاد وطبيعة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والتنمية الاقتصادية كما أن كلتا الدراستين استخدمتا منهج دراسة الحالة.

7-منهج الدراسة:

المنهج هو الطريق أو الأسلوب الذي يسلكه الباحث في تقصيه للحقائق العلمية، وعرفه بيرنارد فيليبس بأنه الوسيلة التي عن طريقها يمكن فهمها للظواهر من عدة نواحي وهي تحديد المشاكل المراد دراستها وزيادة معرفتها لأسباب حدوثها والحصول على المعلومات الأساسية المرتبطة بالمشاكل المراد معالجتها وتحليل وتفسير هذه البيانات في ضوء القواعد، والتوصل إلى نتائج عامة ترتبط بالظواهر التي يتم معالجتها. [1]

وتندرج هذه الدراسة ضمن بحوث دراسة الحالة التي تقوم على وصف الظاهرة واستخلاص النتائج وتعميمها.

أهم منهج تعتمد عليه في دراستنا هو دراسة الحالة والذي يعرف بأنه نوع هذه الدراسة الوصفية ترتكز على الحصول على بيانات ومعلومات وحقائق دقيقة وتفصيلية من فرد معين، أوعن مجتمع معين بكامله. [2]

لذا فالمنهج دراسة حالة هو المنهج الذي يلائم توجه دراستنا واشكاليتها حيث تهدف إلى دراسة الاتصال العمومي والتنمية الاقتصادية في الجزائر وذلك بجمع البيانات والمعلومات شاملة ومفصلة حول الدراسة، وذلك من أجل الوصول إلى فهمها وتحليلها بدق، حتى تزيد درجة اعتمادية النتائج المستخلصة منها وامكانية تطبيقها على المواقف والحالات المشابهة.

8-عينة الدراسة:

تعرف العينة بأنها: مجموعة فرعية من العناصر المختارة من بين العديد من العناصر الممكنة للمجتمع الأصلي لإجراء الدراسة وبما أن الباحث يحاول أن يختار جزء من الكل فإنه يفترض

---

[1] عبد الله محمد عبد الرحمان، محمد علي البدولي، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، ب ط ، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2002، ص128.

[2] عبد الناصر جندلي تقنيات ومناهج البحث في العلوم السياسية والاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005 ص 65.

عليه أن يحدد المجتمع الأصلي في دراسته فقد يكون كبيرا في جهة وقد يكون صغيرا لدرجة أنه لا يتجاوز بعض العناصر ومهما تكون طبيعة المجتمع الاصلي من حيث الحجم فإن الباحث يجب أن يحدده بدقة و وضوع بحيث يتعرف القارئ عن اي فئة يتحدث عنها المشكلة.[1]

العينة التي تم اختيارها في بحثنا هي عينة قصدية تمثلت في مسؤول خلية الإعلام والاتصال و 2 موظفين اخرين. وتم إجراء المقابلة باختيار 3 عينات من مؤسسة صيدال بالمدية.

9/أدوات جمع البيانات:

من أهم هذه الأدوات اعتمدنا على:

1-**الملاحظة:** تعتبر الملاحظة واحدة من أقدم جمع المعلومات، حيث استخدمها الإنسان الأول في التعرف على الظواهر الطبيعية وغيرها من الظواهر، ثم انتقل استخدامها إلى العلوم بشكل عام وإلى العلوم الاجتماعية والانسانية بشكل خاص.

وتعرف الملاحظة أيضا أنها عملية مراقبة ومشاهدة لسلوك الظواهر والمشكلات والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية ومتابعة سيرها واتجاهاتها وعلاقاته بأسلوب علمي منظم ومخطط هادف قصد تغيير العلاقة بين المتغيرات والتنبؤ بسلوك الظاهرة وتوجيهها لخدمة أغراض الإنسان وتلبية احتياجاته. [2]

2/المقابلة: هي تقنية مباشرة تستعمل من أجل مساءلة الأفراد بكيفية منعزلة لكن أيضا وفي بعض الحالات. مساءلة جماعات بطريقة نصف موجهة تسمح بأخذ معلومات كيفية بهدف التعرف العميق على الأشخاص المبحوثين. المقابلة في أفضل التقنيات لكل من يريد استكشاف الحوافز العميقة للأفراد واكتشاف الأسباب المشتركة لسلوكهم من خلال خصوصية كل حالة ونتيجة لهذه الأسباب تستعمل المقابلة عادة إما للتطرق إلى ميادين مجهولة كثيرا أو للتعود على الأشخاص

[1] أحمد عارف العساف، محمود الوادي، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والادارية ، المفاهيم والأصوات، ط1، دار الصفاء، عمان، 2011، ص220.

[2] ربحي مصطفى عليان، محمود غنيم، مناهج البحث العلمي النظرية والتطبيق، ط1، دار الصفاء ، عمان 2000، ص119.

المعنيين بالبحث قبل اجراءات اللقاءات مع عدد أكبر باستعمال تقنيات أخرى. وإما للتعرف على العناصر المكونة لموضوع ما والتفكير فيها قبل التحديد النهائي لمشكلة البحث، كما أننا نهدف من خلال استعمالنا لهذه الوسيلة ليس فقط إلى حصر الوقائع بل وإلى التعرف أيضا على المعاني التي يمنحها الأشخاص للأوضاع التي يعيشونها.[1]

10-مجالات الدراسة:

أ/ **المجال المكاني** : تقع هو مؤسسة صيدال بالمدية على بعد 100 كلم جنوب الجزائر العاصمة و 15 كلم عن ولاية المدية . طريق في منطقة ريفية.

ب/المجال الزماني: تمثلت هذه الدراسة في موسم 2024 / 2025 حيث قمنا يجمع المراجع

المتعلقة بموضوع دراستنا وكان ذلك في بداية السداسي الثاني. ذهبنا إلى مؤسسة صيدال وقمنا بمحادثات مع مسؤول خلية الإعلام والاتصال وعرفناه بموضوعنا وتحصلنا على موافقة مبدئية لإجراء الدراسة .

أما الجانب الميداني للدراسة فكانت البداية في 11/05/2025 بجمع معلومات حول دراستنا عن طريق الملاحظة وانتهينا من القيام بها في 22/05/2025

في 11/06/2025 قمنا بطرح أسئلة المقابلة لكل من مسؤول خلية الإعلام و الاتصال و2 من الموظفين.

ج/ المجال البشري : تم اجراء هذه الدراسة على العمال الذين يزاولون عملهم في مؤسسة صيدال بولاية المدية

[1] موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2 دار القصبة للنشر، الجزائر، 2006/2004، ص197.

الإطار النظري

الفصل الأول: الاتصال العمومي

تمهيد:

يمثل الاتصال العمومي إحدى آليات التواصل الفعّالة التي تُسهم في تجسيد الحكم الراشد، بما يتماشى مع مفهوم الدولة المتماسكة والحريصة على الحفاظ على كيانها ووحدتها. وهو يستمد شرعيته من مبادئ الديمقراطية التشاركية، التي تتيح وضع سياسات أكثر عقلانية وقبولًا، من خلال إشراك المواطنين في صياغة السياسات العامة وتنفيذها، وتشجيعهم على الانخراط الفعلي في خدمة قضايا المصلحة العامة.

ومن خلال هذا المنظور، فإن الاتصال العمومي يسمح بتشكيل نموذج أفقي لصنع القرار المشترك، يُلغي التراتبية السلطوية العمودية في النسق العمومي، ويُكرّس ثقافة المشاركة الفعالة في تسيير الشأن العام.

المبحث الأول: ماهية الاتصال

المطلب الأول: مفهوم الاتصال Defining Communication

يرجع أصل كلمة "اتصال (Communication) "إلى الكلمة اللاتينيةcommunis ، والتي تعني "مشترك" أو "عام"، وبالتالي فإن الاتصال كعملية يتضمن المشاركة أو التفاهم حول فكرة، إحساس، اتجاه، سلوك، أو فعل ما.[1]

يُعد الاتصال من أقدم أوجه النشاط الإنساني، وتلعب أنواعه المختلفة دورًا بالغ الأهمية في حياة كل فرد، مهما كانت وظيفته أو مقدار وقت الفراغ المتاح له. فالإنسان، بشكل أو بآخر، إما أن يقوم بعملية الاتصال (communicating) أو يتلقى اتصالًا .(being communicated to) ويمكن اعتبار الاتصال من السمات الإنسانية الأساسية، سواء جاء في شكل صورة أو موسيقى، وكان فعليًا أو ضمنيًا، إعلاميًا، إقناعيًا، مخيفًا أو مسليًا، واضحًا أو غامضًا، مقصودًا أو عشوائيًا، داخليًا أو مع الآخرين. فالاتصال هو القناة التي تربطنا بالإنسانية، وهو الذي يمهد لكل فعل نقوم به.[2]

ولا يمكن اعتبار الاتصال مجرد بث أو إرسال من طرف واحد؛ فلكي يتحقق الاتصال، لا بد أن يتلقى الطرف الأول ردًا – سواءً كان فوريًا أو مؤجلًا – على رسالته، وأن تستمر عملية التفاعل المتبادل، وإلا أصبحت الرسائل مجرد بثٍ أحادي الاتجاه لا يُحقق الغاية الاتصالية الحقيقية.[3]

وقد قدّم العديد من الباحثين تعريفات متنوعة للاتصال، منها:

---

[1] حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد ، الاتصال نظريتها المعاصرة، ط1 ،الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة 1998،ص 23.

[2] حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد، مرجع نفسه، ص23.

[3] حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد ، ص23.

كارل هوفلاند: يرى أن الاتصال هو "العملية التي يقدم خلالها القائم بالاتصال منبهات، غالبًا ما تكون رموزًا لغوية، بهدف تعديل سلوك الأفراد الآخرين (مستقبلي الرسالة)".

تشارلز موريس: يعتبر أن مصطلح الاتصال، عند استخدامه بمعناه الواسع، يشير إلى أي ظرف يشترك فيه عدد من الأفراد في مسألة معينة. إلا أنه يضيق المفهوم بقوله إن الاتصال يقتصر على استخدام الرموز لتحقيق شيوع ومشاركة ذات مغزى.

جورج ليدنبرغ: يرى أن الاتصال هو "نوع من التفاعل يحدث باستخدام الرموز، والتي قد تكون حركات، صور، لغة، أو أي شيء آخر يعمل كمنبه للسلوك".

جيهان رشتي: تعرف الاتصال بأنه "العملية التي يتفاعل من خلالها مرسل ومستقبل الرسالة – سواء أكانوا كائنات حية، بشرًا، أو آلات – في سياقات اجتماعية معينة، حيث يتم نقل الأفكار والمعلومات (المنبهات) حول قضية أو واقع معين، ويقوم الاتصال أساسًا على مشاركة المعلومات والصور الذهنية والاراء[1].

سمير حسين: يرى أن الاتصال هو "نشاط يستهدف تحقيق العمومية أو الانتشار لفكرة، موضوع، منشأة، أو قضية، من خلال انتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات أخرى، باستخدام رموز ذات معنى مشترك ومفهوم بشكل موحد لدى الطرفين".

محمود عودة: يعرّف الاتصال بأنه "الطريقة التي تُنقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعي معين، قد يتباين من حيث الحجم أو العلاقات المتضمنة فيه، بدءًا من علاقة ثنائية بين شخصين، وصولًا إلى المجتمع الإنساني بأسره".

[1] حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد، ص23.

محمد عبد الحميد: يصف الاتصال بأنه "عملية اجتماعية يتم من خلالها تبادل المعلومات والآراء والأفكار باستخدام رموز دالة بين الأفراد أو الجماعات داخل المجتمع أو بين ثقافات مختلفة، لتحقيق أهداف محددة".

ويُلاحظ أن كلمة "اتصال" تُستخدم في سياقات متعددة وتتضمن معاني متنوعة؛ فعند استعمالها بصيغة المفرد (communication)، فهي تعني نقل الأفكار والمعلومات والاتجاهات بين الأفراد أو الجماعات. أما عند استعمالها بصيغة الجمع (communications)، فإنها تشير إلى الوسائل والأدوات التي تُستخدم لنقل مضمون الاتصال[1].

المطلب الثاني: تعريف الاتصال العمومي

إذا كان الاتصال عبارة عن نوع من التفاعل الاجتماعي من خلال الرسائل المرسلة ومجموعة من العمليات تؤدي إلى زيادة الشيوع والمشاركة والعمومية، فهو الشيء المشترك بين المشاركين في هذه العملية. لأن الاتصال نشاط يستهدف العمومية أو الشيوع أو الانتشار لفكرة أو موضوع أو قضية، عن طريق انتقال المعلومات والأفكار والآراء والاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو مجموعات، باستخدام الرموز ذات المعاني المحددة والمفهومة بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين.

وبهذا، فالاتصال هو أساس تفاعلي إعلامي ثقافي، حيث ينتج عنه نقل المعارف والمعلومات، مما ييسر التفاهم بين الأفراد والجماعات. فهو النشاط الذي يستخدمه الإنسان لتنظيم حياته واستقرارها أو لتغيير حياته الاجتماعية.

لذلك، فإن عملية الاتصال تسعى لتحقيق هدف عام، هو التأثير في المستقبل، حتى تتحقق الخبرة مع المرسل، وينصب هذا التأثير على أفكار المستقبل لتعديلها أو تغييرها، أو على اتجاهاته، أو على مهاراته. وعندما يكون هذا التأثير متجهًا نحو تغيير أو تعديل الاتجاهات والمواقف

[1] مرجع سبق ذكره، ص 24_25.

والسلوكات نحو الأفضل، لصالح المجتمع ككل، فإن هذا النوع من الاتصال الهادف نحو المصلحة العامة للمجتمع، يُصطلح على تسميته بالاتصال العمومي.

ويُعرّف الاتصال العمومي على أنه يتجاوز مجرد تبادل المعلومات بين طرفي الاتصال، بل إنه أوسع من ذلك، عندما يحاول التأثير على الآخرين بالإقناع، من أجل تعديل المعارف والمواقف والآراء والسلوكات، سعيًا نحو مصلحة المجتمع كهدف أساسي له. فهو بذلك يستجيب للمصلحة العامة، خاصة في مكافحة الآفات الاجتماعية وترويج القيم الأساسية، كما يحفز ويدعو كل فرد من المجتمع لأخذ نصيبه من المسؤولية لمصلحة المجتمع.[1]

وهذا النوع من الاتصال الاجتماعي العمومي، مكّن من الوقاية من مختلف الأمراض والحوادث، وسمح بالتربية في مختلف المجالات، سواء كانت صحية أو خاصة بحماية البيئة، أو ترويج القيم الاجتماعية أو الوطنية. أي محاولة تطوير مشاركة الفرد داخل مجتمعه، مشاركة إيجابية فعّالة.

فالإنسان يعبر لكي يقنع أو يُعدّل المعارف والآراء والمواقف الخاصة بالآخرين، وعندما يكون هذا التعديل لصالح المجتمع ككل ويستجيب لتطلعات أفراده وفائدتهم، يُسمى اتصالًا عموميًا، هدفه الأساسي تصحيح المواقف بالإقناع.[2]

الاتصال العمومي هو نفسه الاتصال الاجتماعي عندما يقع تحت معاني الصالح العام، كحق الجمهور في المعلومات، والبحث عن الحقيقة، والانخراط في العمل الاجتماعي. والعمل في هذا المجال يبحث في الانخراط الاجتماعي للمجتمع، وفق المبادئ المروّج لها.

إن المصالح العمومية تستلزم الاتصال لمحاولة الجذب، والإقناع، وتقوية ما هو إيجابي لدى الأفراد. فمجالات هذا الاتصال العمومي عديدة، كالصحة المتضمنة للوقاية قبل العلاج.

تعريف الاتصال العمومي

[1] أمال عميرات، الاتصال الاجتماعي (العمومي) وأبعاده في منهج الدعوة المحمدية، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن_ عمان، 2014، ص10_11.

[2] أمال عميرات، مرجع نفسه، ص11.

وتوعية الأفراد بخطورة الأمراض الفيروسية كالسيدا، ويتضمن أيضًا رسائل تمرَّر ضمن حملات إعلامية موجهة للجمهور العام، تحتوي على رسائل توعوية تُبيِّن خطورة السلوكات السلبية وتقدِّم النصائح، وكيفية الوقاية أو المعالجة.

الاتصال العمومي يسمح بإنجاز مهمة مشتركة ذات فائدة على المجتمع، تجعل كل فرد يأخذ نصيبه من المسؤولية، سعيًا لتطوير المشاركة ذات المصلحة العامة. وهو رهان استراتيجي يُذلِّل الصعوبات، ويسمح بالوعي في الحياة الاجتماعية، فهو يدعو إلى اليقظة من أجل التقليل من النفقات التي قد تنجرّ عن انتشار الآفات والسلوكات الخاطئة.[1]

إنه استراتيجية بثٍّ لبقة، تتفادى التبذير، لا يقتصر دوره على الإعلام فقط، بل يتطلب تحفيز جمهور المستقبلين، وتوضيح الرسائل لهم، وحثهم على المشاركة من أجل المصلحة العامة، مما يؤدي إلى تحقيق الهدف منه، وهو المدنية والتحضُّر كغاية لا تظهر نتائجها فورًا.

فعندما نسعى لدراسة السلوكات المراد تغييرها أو تعديلها، يجب أن نركِّز اهتمامنا على محاولة الإقناع. لذلك، على القائم بالاتصال أن يكون مؤهلاً كذلك، حتى يحدث هذا التغيير والتعديل المطلوب الهادف إلى الصالح العام.

فتغيير السلوكات الخاطئة أو تعديلها يمسّ كل مجالات حياة المجتمع، سواء كان الأمر متعلقًا بالجانب الاقتصادي، الصحي أو السياسي، فكل الحياة الاجتماعية هي مجال شاسع للنشاط الاتصالي العمومي الهادف إلى الإقناع بضرورة تغيير أو تعديل المواقف والسلوكات الخاطئة أو المنحرفة.

وعليه، تزداد أهمية الاتصال العمومي يومًا بعد يوم، نظرًا لأهميته في ديناميكية وسيرورة المجتمع، والمساهمة في نقل المعارف وتسيير التفاهم بين أفراد المجتمع، بواسطة مختلف دعاماته، المتمثلة في الصحافة المكتوبة، الإذاعة، الملصقات، الكتب، والتلفزيون.

[1] أمال عميرات، مرجع نفسه، ص 11_12.

هذه الأخيرة (أي التلفزيون) تلعب دورًا هامًّا في استراتيجية الاتصال العمومي الذي يعمل على المدى البعيد. إذ عن طريقه يمكن تغيير المواقف، وترويج القيم، وتعديل السلوكيات، وهي بذلك دعائم قوية للاتصال العمومي، عن طريقها يمكن مكافحة أو الوقاية من مختلف الأمراض والآفات الاجتماعية، بتكريس القيم والأفكار اللازمة لذلك، والعزوف عن الإجراءات الجبرية لتعديل المواقف والسلوكيات، ومنح أكثر ديمقراطية، وإجراءات أكثر لباقة يشترك فيها المجتمع بالتحسيس والتوعية، من أجل الاستجابة للأهداف الاستراتيجية المختلفة لهذا النوع من الاتصال.

فكل قضاياه هي قضايا حضارية، تُسرد في محتواها المستقبل كما يجب أن يكون. فهو بذلك اتصال يقوم على التخطيط من أجل استجابة ليست فقط سلوكية، بل سيكولوجية، أي تغيير وجهة النظر عند الفرد أو المجتمع، بمخاطبة العواطف والانفعالات والعقل على حد سواء، متنوع في مجالاته وأبعاده الهادفة، لتشمل الأبعاد السياسية، الاجتماعية، وغيرها[1].

المطلب الثالث: خصائص الاتصال العمومي

يُعتبر الاتصال الجماهيري أو ما يسمى (العمومي) من بين أهم الظواهر البشرية والاجتماعية التي اهتم بها علماء الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي، بفعل أهميته الواضحة في بناء وتشكيل العلاقات الاجتماعية، التي في غاية الأهمية لا يمكننا الحديث عنها، حيث يقوم الاتصال الجماهيري بدور رئيسي في حياة الإنسان الحديث، إذ إن هناك مجموعة من الخصائص المميزة للاتصال العمومي، وغالبًا ما يكون ذا اتجاه واحد، ونادرًا ما يكون هناك طريق سهل أو سريع للقارئ أو المشاهد أو المستمع لكي يرى، يسأل أو يتلقى إيضاحات إذا احتاج إليها.

ويُميز الاتصال العمومي أيضًا بأنه يتضمن قسطًا كبيرًا من الاختيار، فـ(الوسيلة) مثلًا تختار الجمهور الذي ترغب في الوصول إليه عندما تتخصص في إشباع احتياجات معينة من هذا الجمهور، ومن ناحية أخرى، فإن جماهير المستقبلين يختارون من بين هذه الوسائل، فهم يقررون

[1] أمال عميرات، مرجع سبق ذكره، ص 12_13.

ماذا إذا كانوا سوف يشاهدون (تلفزيونًا) أو يقرؤون (صحيفة)، ولذلك يجب أن تتم دراسة تركيبة المجتمع وأفكاره ومعتقداته.

الاتصال العمومي إذا ما أُحسن استخدامه والتحكم في مقاربته المنهجية، فتحقيقه وتقييمه يصبح كوسيلة جديدة مسخّرة بيد الحكومات.

يتميز الاتصال العمومي بـ(ملكية وسائل الاتصال التابعة للدولة).

الاتصال العمومي (عملية إنسانية ديناميكية تبادلية).[1]

المطلب الرابع: المبادئ والفاعلون في الاتصال العمومي

الاتصال العمومي هو نتيجة (الخطابات أو الإجراءات الاتصالية) التي تقوم بها العديد من الجهات الفاعلة، فحسب ما جاء في الدليل الذي أعدّته السلطات الفرنسية، فإن الجهات الفاعلة في مجال الاتصال العمومي هم كل من:

- رئيس الوزراء (رئيس الحكومة)
- الوزارات
- الولاة
- الإدارات غير الحكومية
- الهيئات التابعة لإشراف الوزارات[2]

يرتكز الاتصال العمومي كغيره من المجالات على مجموعة من المبادئ الجوهرية، فيقول: " MARCTHBAULT" إن خليطًا من القليل مما تعلمه نظريًا و(20 سنة من الممارسة) في هذا المجال ساعد على خط تسعة مبادئ للاتصال العمومي:

---

[1] الحدي عائشة، كيوص أمينة. **الاتصال العمومي ودوره في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى المؤسسات الاستشفائية**، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال والعلاقات العامة، جامعة غرداية، 2020_2021، ص30.

[2] منصوري حبيبة، دور الاتصال العمومي في بناء ثقافة الأمن الغذائي لدى المستهلك الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة يحي فارس بالمدية، 2022_2023، ص 21.

المبدأ الأول: الحتمية

لا يمكن ألّا تتصل. تسجّل هذه المقولة قوتها عندما يتعلق الأمر بالاتصال العمومي. ففهم القائم بالاتصال العمومي هنا يحرِّم عليه الصمت، حتى وإن استعمل السكوت أو عبارة كردّ، فهو فعل اتصال، وفي أي حالة من الأحوال هو يقول شيئًا.

المبدأ الثاني: الآخر

الاتصال هو الذهاب إلى الآخر، إذًا فهو الاعتراف به ثم تعلم البعد عنه، وذلك لفهم طريقة تفكيره وإيجاد الوسيلة الأكثر فعالية للتواصل معه. وتقول: "DOMINIQUE WOLTON" في هذا الشأن، هناك دائمًا شيء من الخسارة وشيء محيط للاتصال. لكن هذه الحدود تمثل وسيلة للإدراك. إن الاتصال يعني وجود الآخر، وأن الآخر يبقى بعيد المنال، فإن الاتصال يحقق التقارب مع أخذ الحدود الحتمية التي لا يُسمح بتجاوزها أو إلغائها في كل تقارب بعين الاعتبار، لأن الأمر الأكثر تعقيدًا في الاتصال هو (الآخر). يصبح الاتصال، الذي يُفترض به أن يقرّب بين الأفراد، سببًا في ظهور ما يُباعدهم.

المبدأ الثالث: الشمولية

يقول باسكال: "من المستحيل معرفة الأجزاء دون معرفة الكل، ولا يمكن أيضًا معرفة الكل بدون معرفة الأجزاء". بشكل عام، الخصوصية في الرسالة وحدها لا تمثل الاتصال، ولكن هو طريقة صياغة المعلومة، أما (السياق) فهو الذي يجلب زوايا جديدة لرؤية إضافية لتأكيد أو نفي الرسالة ككل.[1]

[1] منصوري حبيبة، المرجع نفسه، ص22.

المبدأ الرابع: الملاءمة

هذا المبدأ نتيجة مباشرة لسابقه، إذ لا بد من وجود تناسق في عناصر العملية الاتصالية منذ تحقيق التناغم من حيث أهمية المعلومة وأسلوب صياغتها، كما في العلاقة من حيث اختيار الوقت المناسب للاتصال.

المبدأ الخامس: التوقيت الزمني

الاتصال مسألة مدة وتسلسل زمني، والرغبة في التواصل هي الرغبة في بناء علاقة. وهذه الأخيرة تتطلب وقتًا لبنائها، وليسمح الزمن ببناء هذه العلاقة لا بد من اتباع عملية ".....". وبما أن هذا الاتصال جوهري، وهو الذهاب إلى الآخر، أي خلق علاقة والحفاظ عليها، فإن ذلك يتطلب الوقت.

المبدأ السادس: النسقية

هناك عدة عوامل تجعل الاتصال العمومي في قلب الوظيفة النقية المعقدة، ولفهم أكثر، سننطلق في التعريف التالي لـ(النسق): "مجموعة عناصر متكاملة ومتفاعلة ومنظمة من أجل تحقيق هدف مشترك."

أولًا: الاتصال العمومي يتواجد في قلب نسق مفتوح، وهو بطبيعته مفتوح على بيئة وفي حركة مستمرة ينبغي الوصول إلى هدف.

ثانيًا: الاتصال كونه غالبًا ما يحمل خطاب التعبير، سيصطدم مع مقارَنة أولئك الموجودين في النسق الذين يبتغون بقاء الوضع على حاله.[1]

ثالثًا: الاتصال العمومي على علاقة تبادلية تكاملية مع القطاعات الأخرى (الأنساق) في بيئته، مع المواطنين ومؤسسات المجتمع المدني.

[1] منصوري حبيبة، مرجع سبق ذكره، ص22

المبدأ السابع: التفاعل

الاعتقاد السائد بأن الاتصال الناجع هو الاتصال الذي (يصمت)، لأن الاتصال هو الذي يجري ردّ فعل. فالاتصال في الواقع ما هو إلا سلسلة من الأفعال وردود الأفعال، قد تكون هذه الأخيرة ذكية، بناءة، وواضحة، وأحيانًا أخرى أقل ذكاء، سلبية وغير واضحة.

المبدأ الثامن: المواجهة

الاتصال العمومي هو المكان الرمزي لالتقاء مختلف وجهات النظر والأفكار لنفس الظاهرة. فهو يجسد منطق مواجهة الانساق المختلفة، ومنه فهو ليس نفيًا لوجود الاختلاف في الرأي، وإنما قبول لمواجهته ومناقشته.

المبدأ التاسع: التوقّع

ردود الفعل أمر مفروغ منه، ولا يمكن تجاهلها في عملية الاتصال العمومي، ومنه فإن مهمة هذا الأخير لا تتوقف عند توصيل الرسالة إلى جمهور فقط، بل تتعدى ذلك إلى توقع ردود الأفعال وتحضير استراتيجية للإجابة عليها.

أمّا (مجلس الدولة الفرنسي) فقد حدد مبادئ الاتصال العمومي، أو ما يُعرف بـ(القواعد العشر الذهبية)، وهي:

- الوضوح اتجاه المهنة
- إحياء الهوية الداخلية
- تحفيز الانضمام
- إشباع واجب الإعلام
- تحسين المعلومة تحت ضغط التبادل
- البحث عن تقبل وسائل الإعلام
- ترويج خدمات المنظمة وصورتها

- احترام دفتر أخلاقيات المهنة
- دعم الروابط الاجتماعية
- المساهمة في النقاش العمومي[1]

[1] منصوري حبيبة، مرجع سبق ذكره، 23.

المبحث الثاني: سيرورة الاتصال العمومي

المطلب الأول: أدوات الاتصال العمومي

بعد الخوض في أبرز التعريفات للاتصال العمومي وعلاقته بالاتصال الاجتماعي والسياسي، وجب الآن أن نتطرق إلى أهم الأدوات التي يمكن أن يستخدمها الاتصال العمومي بالنسبة للمؤسسات، من خلال ما أُشير إليه في "Guide de l'attaché communicant " الخاص بالوزارة الفرنسية، ومن أبرزها نجد:

- الاستقبال الشخصي المواجهي والهاتفي
- استخدام البريد المباشر (توجيه معلومات محددة إلى الجماهير المستهدفة)
- كتيبات وأنشطة الخدمات (رعاية الأطفال، فرز النفايات، الأسرة)
- حملات إعلامية ترويجية (الملصقات، الصحافة، الإذاعة، والتلفزيون)
- أوراق الاقتراع، المجلات المحلية، والنشاطات الإخبارية
- الصحافة المتخصصة
- العلاقات العامة والعلاقات مع الصحافة، والمواقع الإلكترونية[1]

وفي تحديد بيئة الاتصالات العمومية التي يمكن أن تقوم بها السلطات عن طريق مؤسستها العمومية، نجد أن الاتصالات العامة التي تقوم بها السلطات المحلية تحتوي على ثلاثة أهداف أساسية:

1.الإبلاغ: كالإبلاغ بالمعلومات الإدارية، معلومات مدنية شفافة، ميزانية العمل الخاصة بهذه المجتمعات، وأعمال الحكومة.

2.التعزيز، من خلال تثمين الممتلكات والخصوصيات الإقليمية (التنمية، السياحة).

[1] سامية عواج وأخرون، **الاتصال العمومي من النظرية إلى التطبيق**، د ط، دراسة اسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2018،ص32.

3.المساعدة في إدارة وضع القرار: من خلال التعبئة والتشاور (التحاور مع الجمهور، المنشورات المحلية).

والسلطات المحلية لها سياقها الاتصالي الخاص وسمتها الخاصة على المستوى المحلي، فهي تمارس الاتصال العمومي من خلال الاتصالات التي تهدف إلى الحفاظ والارتباط بالهوية الثقافية والجغرافية والتاريخية، وتستخدم الأدوات الاتصالية لهدف تحسين الصورة الخاصة بها والصورة المرتبطة بالهوية الثقافية والجغرافية والتاريخية، مثل: الشعار، المواقع على شبكة الإنترنت، الحملات الإعلامية، الاقتصاد...الخ[1].

واتصالات السلطات المحلية سواء الإدارية أو السياسية تكون من خلال:

1.النقاش العام أو الديمقراطية الشعبية: المحلية عريضة الحقوق، الاجتماعات العامة، استطلاعات الرأي، المناقشات على الراديو والتلفزيون، المعارض، المشاورات على الإنترنت.

2.تتابع الحملات الإعلامية للدولة.

3.الحملات الانتخابية، المنشورات، النشرات الإذاعية والتلفزيونية، الاجتماعات العامة، الرؤية السياسية.

في فرنسا تقوم العديد من البلديات بحملات الاتصال العمومي لتغيير السلوكيات لدى المواطنين (مثل حملات فرز النفايات المنزلية، مكافحة الإيدز، حوادث المرور).

المطلب الثاني: وظائف الاتصال العمومي

هناك نوعان من الوظائف:

أولاً: الوظائف المركزية

هي التي تنتج في الأساس من الواجب القانوني المقدم من المنظمة أو المؤسسة. وفي إطار هذا النوع يمكن التمييز بين أربعة وظائف أخرى: الإعلام، التفسير، الدفاع عن القيم، والحوار.

[1] سامية عواج واحرون، المرجع نفسه، ص 32 _33.

إعلام الجمهور:

تكتسي هذه الوظيفة أهمية كبيرة خاصة في ظل تطبيق مبادئ الديمقراطية، وهي ناتجة عن مبدأ الإشهار الذي يفرض وجود شفافية في النقاشات ونشر قرارات لجميع المواطنين في إطار تحقيق المصلحة العامة. من جهة أخرى، يجب على الإدارة نشر كل القوانين، القرارات، الأوامر، المراسيم، والوثائق المتاحة للجميع. وهذا المبدأ الإشهاري يكون معمماً على مجموعة قرارات وأنشطة المنظمات والمؤسسات الإدارية، وهي مسؤولة عن القيام بالإعلام بطريقة منظمة وكاملة لنشاطاتها وقراراتها.[1]

بمعنى يجب على كل مؤسسة أن تحترم حق المواطن في الحصول على المعلومات حول مهامها وأهدافها، سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي، من خلال ضمان سريان المعلومات بين مختلف مصالح المؤسسة من جهة، وتقديم المعلومات ذات المنفعة العامة للمواطنين، وإعلامهم بحقوقهم وواجباتهم وبالإجراءات الإدارية والقرارات المتخذة والخدمات المقدمة من جهة أخرى، بالإضافة إلى التوجه نحو وسائل الإعلام لتعريف مهامها، أهدافها، مخرجاتها، وذلك في إطار عملية الترويج لصورة المؤسسة المرجو نحو الخير من جهة أخرى.

تفسير ودعم القرارات:

إن عقد السياسات العمومية إلى حد كبير على مستوى المحتوى والتنفيذ يتطلب من المؤسسات والمنظمات العامة تقديم تفسيرات شاملة لأهدافها وشرح القرارات المتخذة، ودعمها بأنشطة بمقاييس اتصالية.

الدفاع عن القيم وترقية التصرفات المسؤولة:

من بين مهام الدولة هو حماية وترقية الحقوق الإنسانية والقيم الأساسية المشكّلة لدولة القانون (كالمساواة، المعاملة العادلة، الحريات الفردية). لكن نجد أيضًا الدفاع عن القيم المعروفة في

[1] كمال فار، **الاتصال المؤسساتي والخدمة العمومية في الإدارة المحلية الجزائرية**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الاعلام والاتصال، تخصص الاتصال المؤسساتي، جامعة الجزائر3، 2017_2018، ص 51.

المجتمع وفي المؤسسات (كإدماج الأفراد المعوقين مثلاً) وتوعية المواطنين بضرورة القيام بواجباتهم وتحمل مسؤولياتهم (كاحترام البيئة).

لقد فرضت هذه القيم، من ناحية أخرى، وجود جانب معين من التجارب المعيشية في المؤسسات والمنظمات العامة التي تسهر على تجنب الأصوات المرتفعة (المعارضة)، خاصة من طرف جماعة المصالح ووسائل الإعلام.[1]

التعبئة:

يهدف الاتصال المؤسساتي العمومي إلى تحقيق وظيفة التعبئة، حيث تلعب المؤسسة العمومية دورًا أساسيًا في تنظيم حياة الجماعة، مما يسمح لها بمرافقة هذه المهمة في الواقع. فهدف التعبئة يتجسد في الارتباط (الالتزام) السياسي العام للمواطنين بالمعنى الواسع، حيث يترجم ذلك من خلال المعلومات حول ميكانيزمات القرارات، المشاركة، واستشارة المواطنين. فهؤلاء المواطنين لهم دور كبير في الفضاء العمومي ولا يُوضعون فقط كمستهلكين للنشاط العمومي، بل أيضًا كفاعلين. كما يمكن أن تأخذ هذه التعبئة أشكال توعية بهدف تغيير السلوكيات والذهنيات بشكل عام لتحسين الحياة العامة في الجماعة (أمن الطرقات، جمع الطرقات).

ضمان الحوار بين المؤسسات والمواطنين:

يتجسد الفعل الديمقراطي كنشاط حيوي عن طريق مشاركة المواطنين في اتخاذ القرارات، وإجراء النقاشات العامة. تطور الحكومة في عدة مستويات مع تزايد عدد القرارات السياسية وتعاقد الكثير من السياسات العمومية الصادرة من المنظمات، فرض على الإدارة مسؤولية إيجاد حوار دائم مع المواطنين. فالمنظمة التي نقصدها قد لا تكون معروفة ولا تكون لها أي مصداقية في إطار المجتمع المعاصر، فالاتصال أصبح مهمة مستمرة ومتفاعلة، وهو نفس الشيء فيما يتعلق بين السلطات والمواطنين.[2]

[1] كمال فار، الرجع نفسه، ص 51_52.

[2] كمال فار، الرجع نفسه، ص 51_52.

ثانياً: الوظائف المكملة

تتميز عن الوظائف المركزية ليس لأنها أقل أهمية من مفاهيم الاتصال، لكن لأنها لا يتم وضعها في الغالب وفق قواعد قانونية واضحة، فهي تجسد في النهاية المفهوم الحديث للمنظمة العامة.

الاستقبال:

تتجسد وظيفة الاستقبال من خلال علاقات الموظفين مع المستخدمين الذين لا يكونون مستهلكين أو مستخدمين أو زوارًا، بل مواطنين. فالاستقبال يمثل وظيفة الاستخدام والحوار مع المواطن، الذي يكون قاعدة الأنشطة الاتصالية.

ونادرًا ما نجد النصوص القانونية التي تتناول طريقة وكيفية استقبال المواطنين في الإدارة، وضع المعلومة بشكل مسبق ومنظم، وكثرة الرفاهية المادية في الاستقبال، طريقة الإجابة في الهاتف، الاتجاه المعتمد في العلاقة الشخصية.

ورغم أن الاستقبال يمثل أول نشاط اتصالي في المنظمة، إلا أن احترام الوقت وتوفير الرفاهية المرغوبة، اللطف والتقمص الوجداني للشخص، سهولة التواصل وفق اتجاه وكلام مناسب، هي عناصر أساسية في تقييم الخدمة العمومية، بالإضافة إلى الإشارات، وإعداد المكاتب، والحركة الداخلية، والتصرفات، ومواقف العاملين في المؤسسة، التي تشكل جانبًا من الهوية التنظيمية. حيث نجد أن مدراء المنظمات العامة يعطون أهمية معتبرة للهوية الخاصة لمنظماتهم من خلال تسهيل إقامة العلاقات مع المستفيدين من خدمات المؤسسة.[1]

الاستماع:

تتميز وظيفة الاستماع بأهمية كبيرة على غرار وظيفة الاستقبال، لأنها تفرض وجود تنظيم محكم لمختلف الأنشطة ووجود أدوات خاصة. فلا يمكن للموظف بمفرده تحديد حاجات وانشغالات المواطن وإعطائه إجابة مناسبة، لكن يتوقف ذلك على الكفاءة وقدرة الإدارة في استقبال المعلومات

[1] كمال فار، الرجع نفسه، ص 53_54.

المقدمة من المرتفقين بطريقة منظمة. ومن بين الأدوات الكلاسيكية للاستماع نجد تسيير التصريحات والمحادثات التي توجه وتنظم الانتقادات المتوقعة، بالإضافة إلى إجراء المناقشات مع جماعات المنظمة الموجهة للمستخدمين.

شرعنة نشاط المؤسسات العامة:

الهدف الأساسي من قيام المؤسسات العامة بأنشطة اتصالية هو تقديم وإعطاء مصداقية لقراراتها ومهامها ومشاريعها، والحصول على موافقة حول تسييرها لنشاطاتها العامة، وإعطائها كذلك شرعية إلى حد كبير لدى الرأي العام الوطني والدولي. ويتم ذلك كله في سياق معقد جداً، مما يفرض بناء استراتيجيات اتصالية قوية وصحيحة للحفاظ على مكانتها، والقيام بمواجهة المعارضة والانتقادات، بالإضافة إلى الاستمرارية في ممارسة السلطة. وتحقيق ذلك يفرض عليها تحقيق شعارين أساسيين:

مؤسسات شفافة:

ترتبط مصداقية نشاط المؤسسات العامة وشرعيتها بشكل قوي بدرجة شفافيتها في ممارسة صلاحياتها، التي تمر في البداية عبر إعلام المواطن المنصوص عليه في مختلف التشريعات والقوانين الدولية، والتي تنص على ضرورة تقديم المعلومات للمواطنين حول مختلف القرارات والأنشطة، من خلال مجموعة من الإدارات العامة التي تسمح لها بتحقيق الشفافية في التسيير العمومي، الذي أصبح واحدًا من بين مبادئ الحكم الرشيد، وهو كأداة لعصرنة العلاقات بين الدولة والمرؤوسين.[1]

المؤسسات في خدمة المصلحة العامة:أما الأساس الثاني الذي يعطي الشرعية للنشاط هو المصلحة العامة، والتي تمثل جوهر كل نشاط في المؤسسة العامة، وبالتالي هي مركز الأنشطة الاتصالية. وفي هذا السياق يرى كل من" كارولين أوليدفي يانيف " Caroline ollivier yaniv"

[1] كمال فار، الرجع نفسه، ص54.

إن مصلحة المصلحة العامة في الاتصال العمومي مرتبطة بالأنشطة الحيادية غير الشخصية، والحاملة للمصلحة الموضوعية لكل أفراد الشعب.

تقوية الرابط الاجتماعي والقيم المشتركة:

يعمل الاتصال العمومي أيضًا على تحقيق الهدف الاجتماعي المتمثل أساسًا في تقوية ودعم الروابط الاجتماعية السائدة في المجتمع، عن طريق تحقيق التفاعل والاتصال المتبادل بين السلطات العامة والمواطنين من خلال مختلف الرسائل التي يتم نشرها في المؤسسات. تتحكم في إدارة علاقات الثقة مع المواطن، مما يسمح لها بدعم العلاقة القائمة بين صناع القرار والسكان، ولكن أيضًا بين المواطنين أنفسهم.

كما يعمل الاتصال العمومي على إقامة مبدأ المساواة بين جميع أطراف المجتمع بدون استثناء، مما يساهم في تكريس مشاعر الانتماء لدى جميع المواطنين مهما كانت فئاتهم العمرية أو ظروفهم الجغرافية. كما يعمل على دعم وتعزيز القيم المشتركة المتعلقة بالتسامح، التضامن، والسلام في المجتمع، التي ستكون بدون شك عاملاً للتطور[1]

المطلب الثالث: أهمية الاتصال العمومي وأهدافه

تتجلى أهمية الاتصال العمومي في القدرة على توجيه الفعل العمومي لخدمة المصلحة العامة، سيما من خلال الإعلام(informing population) الشرح(explaining and decisions)

تمكين الجماهير المستهدفة من الفهم، التثمين، المساعدة على التغيير، الإنصات للفاعلين والمواطنين، إنه اتصال يسعى أيضًا للتحكم في التصورات الجماعية respresntations) (controlling a collective اتجاه المؤسسة والإقليم ومختلف الفاعلين.[2]

[1] كمال فار، الرجع نفسه، ص 55.

[2] نصر الدين بوزيان، **الاتصال العمومي الجزائري خلال عدوان تقنتورين**، المجلة العربية للأبحاث والدراسات في العلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد12، العدد1، جانفي 2020، ص 969.

إن تراكم الآفات وتعاقد المجتمع وازدياد تخصصاته، أدى إلى الحاجة إلى الاتصال العمومي أكثر من أي وقت مضى، من أجل التوعية والشرح والتفسير، حيث لا بد لهذا النوع من الاتصال، حتى يمكننا أن نطلق عليه صفة استراتيجية، أن يبدأ منذ الصغر، بربط الفرد بمجتمعه منذ الصغار، عن طريق تعليمه كل القيم والرموز والمعايير الاجتماعية، مهما كان نوعها (العائلة، الأصدقاء، الوطن.. إلخ).

فهي المسار الذي يحقق من خلاله انتماء الفرد إلى الجماعة، وبالتالي تكيّفه في المحيط الاجتماعي الذي يوجد فيه، حيث تعد العائلة المدرسة الأولى التي تعلّم الطفل أنماط الحياة، ثم المدرسة، وهي المجال الاجتماعي الثاني الذي يحتك به الطفل بعد العائلة، يكتسب من خلالها أنماطًا جديدة للتفكير والسلوك، حيث تستعمل المدرسة أهم وسيلة إعلامية وتعليمية، هي الكتاب المدرسي، يُلقّن للطفل عبره قيمًا ومعايير ومفاهيم مجتمعه الذي ينتمي إليه، ويتعلم مجموعة من المبادئ تحدد دوره ونمط سلوكه اليومي، وبذلك، فإن السلطات التي تكون على وعي بأهمية الاتصال العمومي ودوره ونمط تنشئة الطفل تنشئة اجتماعية صحيحة على قيم وسلوكات حضارية، تستغل المدرسة، خاصة عبر الكتاب المدرسي، في إعلام وتعليم وتربية الطفل رجل الغد أحسن استغلال، للوقاية من الآفات والأمراض التي قد تصيبه مستقبلًا، ولا تكلّف شيئًا، إذا أُخذت أسباب الوقاية عبر استراتيجية الاتصال العمومي التي تبدأ من الطفولة.[1]

أهداف الاتصال العمومي:

- ضمان وصول المعلومات.
- إعطاء صورة إيجابية عن المؤسسات العمومية.
- تغيير السلوكيات.
- التواصل والاستماع.

أما "جاك جي" فيرى أنه يمكن تقسيم أهدافه الرئيسية إلى أربع مجالات واسعة:

[1] أمال عميرات، مرجع سابق ذكره، ص 23_24

1. إنشاء رأي مستنير بالمواضيع التي تتناولها كل هيئة أو وزارة.
2. استخدام جميع وسائل الإعلام باستثناء الدعاية، لمساعدة الهيئات والهياكل الوزارية على تحقيق أهدافها.
3. تقديم المساعدة والمشورة بشأن أي موضوع يتناول العلاقات بين الوزارة والمواطنين.
4. تقديم المعلومات والمشورة للإدارات والحكومة حول ردود أفعال المواطنين حول السياسات المتبعة.
5. ضمان المعلومة.[1]

وقد جاء في دليل الاتصال العمومي الذي أعدّته السلطات، أن الاتصال العمومي يهدف ويساهم فيما يلي:

- إضفاء الشرعية على السلطات وسياساتهم.
- تلميع صورة المصالح العمومية.
- تطبيق الحكم الديمقراطي.
- تعمل السلطات العمومية على خدمة المواطنين والتفاعل معهم.
- معرفة وفهم المواقف والمشاكل، والعمل على حلّها.

ولكي يكون الاتصال العمومي مفيدًا وفعالًا ويحقق أهدافه، يجب أن يقوم على ما يلي:

تصميم السياسة العامة: لأنها تساعد على إنتاج التأثيرات المرغوبة للاتصال، فالتواصل هو بعد أساسي للعمل العام.

العلاقة الدائمة مع المجتمع والجمهور: لتمكين المؤسسات العمومية من ممارسة مهمتها بشكل جيد خدمةً للمصلحة العامة.

الصدق: يقوده الاستماع للجماهير، والوضوح، وسهولة الوصول إلى المحتوى، وترابط الإجراءات.

[1] .جحنيط رضوان، الياس شويخي، مرجع سبق ذكره، ص31.

التقييم المستمر: للإجراءات، من أجل الإدارة الجيدة للمال العام.[1]

المطلب الرابع: أنماط الاتصال العمومي

هناك أشكال وأنواع متعددة لممارسة الاتصال، تتمثل في:

الاتصال الحكومي: لضمان الأداء الجيد للمؤسسات الحكومية، ملزمة دستوريًا وقانونيًا بإعلام المواطنين، وكذا تعزيز الحوار، وتقديم تقارير عن أنشطتها، وبما أن الاتصال أمر ضروري، تبعًا لذلك تم إنشاء مصالح وهياكل تتولى القيام بهذه المهمة، إذ يقوم الاتصال الحكومي بتنفيذ أربع مهام رئيسية تختلف من دولة لأخرى، ويمكن تلخيص تلك المهام في:

- الإعلام عن أعمال ونشاطات الحكومة.
- الاستماع للجمهور.
- تنسيق أنشطة الاتصال.
- تقديم المشورة للمصالح الإدارية.

الاتصال المرتبط بحقوق المواطنين والتزاماتهم:

يعد هذا النوع أحد القواعد التي تحكم عمل الاتصال العمومي، حيث تتضمن من ناحية، الالتزام بتوفير وتقديم المعلومات لوسائل الإعلام والمواطنين، ومن ناحية ثانية، تذكير المواطنين بحقوقهم وواجباتهم، ودعوتهم للانخراط والمشاركة في الشأن العام والحياة السياسية. وتُعد هذه المهمة في بعض الدول من اختصاص مصالح ودوائر الاتصال الحكومي، في حين قد تُخصص لها مصالح مستقلة في دول أخرى.[2]

[1] جحنيط رضوان، الياس شويخي، مرجع سبق ذكره، ص32.

[2] منصوري حبيبة، مرجع سبق ذكره، ص 24_25.

الاتصال العمومي بوصفه أداة للسياسة العامة:

انطلاقًا من كون الاتصال أحد الأدوات المهمة التي ترافق عمليًا جميع القرارات والإجراءات التي تتخذها الإدارات والمرافق العمومية، فهو بذلك أصبح أداة للسياسة العامة، يتم استخدامه لتحفيز الإجراءات والتدابير، سواء لمنع وتغيير سلوكيات معينة (القيادة تحت تأثير الكحول مثلًا)، أو لرفع مستوى الوعي بمختلف القضايا والمسائل (فرز النفايات مثلًا)، أو الدعوة للقيام بإجراءات معينة (التلقيح مثلًا).

الاتصال المؤسساتي:

حيث يُخصص قسم كبير من الاتصال لتقوية وتعزيز المؤسسات والمرافق العامة، إذ لا يتعلق الأمر بإبراز أنشطة هذه الإدارات فقط، وإنما بالمرفق العام ذاته. وهناك ثلاثة أسباب رئيسية تفسر هذه الظاهرة:

إنشاء مؤسسات وكيانات جديدة يتطلب التعريف بها للجمهور حتى تتمكن من القيام بمهامها بشكل صحيح.

لتسهيل الوصول إلى خدمات المرافق والإدارات العمومية أو تعزيز شرعيتها، وفي هذا الصدد، تعمل المرافق العمومية على وضع وتطوير العديد من الإجراءات والتدابير مثل: تنظيم أبواب مفتوحة، إنشاء كتيبات، وتحفيز الصحفيين لكتابة تقارير عن المؤسسة وإجراء مقابلات معهم.

حاجة المرافق العمومية إلى بناء صورة إيجابية تمكّنها من تحقيق الأهداف المسطرة، ويتضمن هذا النوع من الاتصال تقديم جميع المعلومات المتعلقة بحياة المرفق العام، مثل: تعيين الأشخاص، التغيرات التنظيمية، وكذلك تقارير متعلقة بنشاطاتها، حيث يتعين عليها تقديمها بصورة منظمة بغية التعريف أكثر بها، وزيادة نسبة الثقة بها.[1]

[1] منصوري حبيبة، مرجع سبق ذكره، ص26.

الاتصال الداخلي:

لا بد من الأخذ بعين الاعتبار هذا النوع من الاتصال العمومي، الذي يستهدف المعلومات والبيانات للموظفين، انطلاقًا من كونهم المورد الرئيسي للمرفق العمومي، كما أنهم في الكثير من الأحيان يكونون أولى وسائل الاتصال في المرفق العام، ولهذا، فإن إعلامهم بعد المواطنين أو في نفس الوقت أو بعد إعلام بعض الجهات الفاعلة، يؤثر على قدرتهم في عملية تسهيل نقل الرسائل.

اتصال الأزمة:

يُعد من أهم الأنواع الهامة للاتصال العمومي، إذ إنه يمكن أن يتعلق بجميع مجالات الإدارة: مشكلة العلاقات مع المؤسسات السياسية، أزمة ثقة على المستوى التنظيمي، مشكلة خطيرة في مشروع كبير، خدمة خاطئة، وأزمة داخلية. وهذا شأنه أن يؤثر على صورة المرفق العام وصورة خدماته، ذلك أن الأزمات التي تمس المرافق العمومية غالبًا ما تتخذ بعدًا سياسيًا، إما من خلال تدخل الجهات السياسية العليا، أو من خلال المناقشة السياسية للمشكلة المنسية في حدوث الأزمة.[1]

[1] منصوري حبيبة، مرجع سبق ذكره، ص26.

خلاصة الفصل:

نستنتج أن الاتصال العمومي هو ذلك المنظوم المركب من النشاطات الاتصالية، فهو يلعب دورًا هامًا في نشاط المؤسسات العمومية وتحسين مستوى الخدمات، كما أن تمتعه بالنوعية ساهم في تواصله مع جميع شرائح المجتمع، وتعزيز روابط الصلة مع المواطن، عن طريق قيامه بمجموعة من الوظائف اللازمة، كما أنه يسعى لبلوغ الغايات المسطرة ومجموعة المبادئ التي تحكمه وتيسّره في نطاقات مختلفة.

اقتحام تكنولوجيا الإعلام والاتصال للإدارة العمومية، جعل الاتصال العمومي يُمارس عبر وسائل ومضامين إلكترونية، كلاهما يهدف إلى تحقيق المصلحة العامة، والارتقاء بالإدارة العمومية والخدمة العمومية.

الفصل الثاني

التنمية الاقتصادية والمسؤولية الاجتماعية

المبحث الأول: واقع التنمية الاقتصادية

المطلب الأول: مفهوم التنمية الاقتصادية ومجالاتها

إن مصطلح التنمية يعني أشياء مختلفة لمختلف الأشخاص، ولهذا من الضروري أن يكون لدينا تعريف محدد ومقبول، وبدون هذا التعريف سوف يصعب علينا تحديد مدى إنجاز وتطور هذا البلد أو ذاك في مضمار التنمية. وقد اختلفت تعريفات التنمية فيما بين الاقتصاديين والكتاب، ولكنها اجتمعت على أن التنمية الاقتصادية تشمل جميع جوانب الحياة في المجتمع وتتجاوز بذلك مفهوم النمو الاقتصادي الذي غلب على الكتابات الأولى في مجال التنمية.

فقد عرفها البعض بأنها العملية التي بمقتضاها يجري الانتقال من حالة التخلف إلى التقدم، ويصاحب ذلك العديد من التغيرات الجذرية والجوهريّة في البنية الاقتصادية. ويعرفها آخرون بأنها العملية التي يتم بمقتضاه دخول الاقتصاد الوطني مرحلة الانطلاق نحو النمو الذاتي. كما عرف Edgar Owenالتنمية في كتابه عام 1987 بأنها لا تقتصر على الجانب الاقتصادي فحسب، بل إنها ترتبط بالأفكار السياسية وأشكال الحكومة ودور الجماهير في المجتمع.[1]

ويعرفها البعض أيضًا بالمفهوم الواسع بأنها ترفع مستوى المجتمع ككل، وللنظام الاجتماعي نحو حياة إنسانية أفضل. وقد عرفها A.K. Sen بأنها تعمل على توسيع الحقوق (entitlements) والقدرات(capabilities) ، فالحق الأول يمنح الفرد مقومات الحياة الأساسية واحترام النفس، والثاني يمنح الفرد الحرية. والتعريف الأفضل للتنمية بالمفهوم الشامل هو أنها تمثل ذلك التطور البنائي أو التغير البنائي للمجتمع بأبعاده الاقتصادية والاجتماعية والفكرية والتنظيمية من أجل توفير الحياة الكريمة لجميع أفراد المجتمع.

يرتكز هذا التعريف على عنصرين أساسيين هما: التغير البنائي وتوفير الحياة الكريمة. التنمية الاقتصادية بهذا المعنى تعني إحداث تغيير جوهري في النسب التي يتميز بها الاقتصاد الوطني مثل معدل الادخار، ومعدل الاستثمار، ونسب قطاعات المختلفة في الناتج المحلي الإجمالي. إن

[1] مدحت القريشي، مرجع سبق ذكره، ص 122.

هذا التغير يختلف من مجتمع لآخر حسب نوع وحجم الموارد الاقتصادية المتوفرة في المجتمع. ولهذا فقد استُبدل هدف زيادة الدخل الفردي بهدف تحقيق الحياة الكريمة للفرد، رغم أهمية الدخل الفردي، أي الحياة الكريمة هي توفير الاحتياجات الأساسية للفرد، وتحقيق ذاتية الفرد، وتوفير حرية الاختيار للفرد في المجتمع.[1]

ويعرفها جبرالد ماير بأن التنمية الاقتصادية هي العملية التي يُرفع بموجبها الدخل الوطني الحقيقي خلال فترة من الزمن.

ويعرفها سعد الدين إبراهيم بأنها انبثاق ونمو كل الإمكانيات والطاقات الكامنة في كيان بشكل كامل ومتوازن، سواء كان هذا الكيان فردًا أو جماعة أو مجتمعًا. أما العناصر الرئيسة لمضمون التنمية فهي:

أنها عملية داخلية ذاتية، بمعنى أن كل بذورها ومقوماتها الأصلية موجودة في داخل الكيان نفسه، وأن أي عوامل أو قوى خارج هذا الكيان لا تعدو أن تكون عوامل مساعدة.

أنها عملية ديناميكية مستمرة، أي أنها ليست حالة ثابتة.

أنها عملية ليست طريقًا واحدًا، وأنها تتعدد طرقها واتجاهاتها باختلاف الكيانات وباختلاف وتنوع الإمكانيات الكامنة في داخل كل كيان.

ويرى مفهوم الحديث للتنمية الاقتصادية أن أي تنمية جديرة بهذه التسمية ينبغي أن تهدف إلى ما يلي:

إشباع الحاجات الأساسية لأغلبية الشعب

التحول الاقتصادي والاجتماعي والسياسي

إعادة توجيه العلم والتكنولوجيا لخدمة الشعب

[1] مدحت القريشي، مرجع نفسه، ص 122_123.

تحقيق تنمية مدعَّمة ذاتيًا ومتوافقة مع البيئة[1]

فيمكن أن نقول إن التنمية الاقتصادية هي تقدم المجتمع عن طريق استنباط أساليب إنتاجية جديدة أفضل، ورفع مستويات الإنتاج من خلال إبقاء المهارات والقدرات والطاقات البشرية، وخلق تنظيمات أفضل، وهذا فضلًا عن زيادة رأس المال المتراكم في المجتمع.

فالتنمية الاقتصادية تنطوي ليس فقط على تغييرات اقتصادية معينة، بل وتتضمن أيضًا تغييرات هامة في المجالات الاجتماعية والهيكلية والتنظيمية، حيث تتضمن زيادات في الدخل القومي الحقيقي أو الإنتاج القومي الحقيقي. وهذا التحسن في الدخل أو الإنتاج يساعد على الادخار، مما يدعم تراكم رأس المال والتقدم التكنولوجي في المجتمع.

وبالإضافة إلى ما سبق، تشمل التنمية الاقتصادية كذلك تحسين كل مهارة وكفاءة وقدرة العامل على الوصول إلى الدخل، وتنظيم الإنتاج بطريقة أفضل، وتقدم المؤسسات المالية، وتنظيم السوق المالي، وتطوير الوسائل والاتصالات.[2]

في أوروبا الغربية وأمريكا الشمالية، بين القرنين السابع عشر والتاسع عشر،

2/ مجالات التنمية الإقتصادية:

- **المجال الثقافي في توجه عملية التنمية الاقتصادية:**

تتطلب التنمية الاقتصادية إلى تغيرات جوهرية في نظام التعليم القائم تتمثل هذه التغييرات في ثورة ثقافية تغير هذا النظام من جذوره وتجعله قادرا على مواجهة احتياجات النمو الاقتصادي ولاجتماعي والثورة الصناعية والتكنولوجية بمعنى أن الثورة الثقافية أن تمكن التحدي من طرق الإنسان للطبيعة بروح المغامرة والملاحظة والتجربة بدلا من روح التهذيب والتجريد وتهدف الثورة إلى خلف الإبداعية لدى الأفراد وذلك أن التنمية الاقتصادية لا تتطلب فقط نقل التكنولوجيا من

[1] زيتوني هوارية، مكيد علي، التنمية الاقتصادية في الجزائر بين متطلبات الحاضر و رؤية مستقبلية، المعيار، المجلد 9، العدد2، 2018، ص234.

[2] زيتوني هوارية، مكيد علي، مرجع نفسه، ص 234.

مكان إلى مكان بل لكي تنجح عملية التكنولوجبا لابد من خلق العقل الذي يبدعها ويديرها ويسيرها مع الاعتناء بها وتتطلب عملية التنمية الاقتصادية تغييرا جوهريا في مناهج التعليم السائدة إذ من شأنه خلق العملية النقدية المتسائلة والرغبة ف فهم واقعها ومحيطها وتغيره.

إذن كل هذه المجالات تؤدي إلى تغيرات جوهرية في برنامج التنمية القائم إذ أنها تعمل إلى خلق وفتح مجالات كثيرة لأفراد المجتمع هدفها الربط بينها وبين المؤسسات القائمة دور التمويل الأصغر أيضا وربطها بالوعي الفكري والثقافي للعمل وزيادة التقنية الفنية للعامل أو لصاحب المهنة.

- **المجال الاجتماعي في توجه عملية التنمية الاقتصادية:**

التنمية الاقتصادية تتطلب تغير في القيم والعادات السائدة إضافة إلى سلوك الأفراد ونظرتهم للنشاط الاقتصادي والعمل على كيفية اجتماعية وهذا يقتضي تغيرا جذريا في الجو الفكري العام وادخار وأفكار جديدة وقيم جديدة فالعلاقات الاجتماعية والانتمائات الفعلية والسياسية تؤثر في اختيار المدبرين ومن ذلك سوف تؤثر على قدرة الإنسان وعلى العملية التنموية ويجب ازالة كافة النظم الاجتماعية مثل نظام الطوائف الذي يعوق عملية المرونة الراسية أي قدرة الإنسان على الانتقال من مهنة إلى مهنة أخرى.

- **المجال التنظيمي والإداري في توجه عملية التنمية الاقتصادية:**

تحتاج التنمية الاقتصادية إلى تغير جوهري في بعض المنظمات والمؤسسات الاقتصادية السائدة أو حلف مؤسسات وتنظيمات جديدة. وتتطلب عملية التنمية الاقتصادية رفع معدل الاستثمار الذي يكون بإنشاء مؤسسات مالية ومصرفية قادرة على تعبئة المدخرات الكامنة في المجتمع والتي تتمثل في نفس الوقت قنوات لتوجه هذه الموارد الاستثمارية.

ان التنمية الاقتصادية في بلدان العالم الثالث تتطلب قيام الحكومة بدور فعال وقيادي في عملية النمو الاقتصادي يكون ذلك بتمتع الجهاز الحكومي على درجة عالة من الكفاءة الأمر الذي يقتضي توسيعه.[1]

المطلب الثاني: عناصر وأساليب التنمية الاقتصادية

- عناصر التنمية الاقتصادية:

تتطلب التنمية الاقتصادية موارد مختلفة منها الموارد الطبيعية والبشرية ورأس المال التكنولوجيا اذ أن الدول الأقل تطورا تحتاج فضلا عن هذه العناصر إلى تطوير مؤسسات داعمة للتنمية وتفير الشروط الاجتماعية لذلك ومن الأمور الأخرى التي تتطلبها التنمية هي التأكد من جانب الطلب والعرض في الانتاج وأن يكونا كافيين فمن بين هذه العناصر نذكر مايلي:

1-1 الموارد الطبيعية:

تعرف الموارد الطبيعية بوصفها كل العناصر الأصلية التي تؤلف أوتكون الأرض موارد الأرض وهذه الموارد موجودة على سطح الأرض أو تحت سطح الأرض وتشمل أيضا كل الموارد المتوفرة في أعماق البحار، فنجد تعريف الأمم المتحدة للموارد الطبيعية على أنها أي شيئ وجده الإنيان في بيئة الطبيعية والذي يتغله الإنسان لمنفعته، وبصيغة أكثر تحديدا فإن هذه الموارد تشمل الصخور التي تحتوي على خامات المعادن ومصادر الطاقة مثل النفط والفحم واليورانيوم والغاز والمنتوجات المفيدة الأخرى مثل أحجار البناء والمياه الجوفية وكذلك التي توفر الأماكن أو المواقع للبناء والطرق وسكك الحديد.... إلخ.[2]

كما أن المياه السطحية والمياه الجوفية لا يمكن أن يستغني عنها البسر والحيوانات والنباتات في حياتهم وتتمثل هذه الموارد العنصر الرئيسي من حيث الأهمية خاصة في مرحلة بداية النمو

[1] محمد اسحاق محمد عبد الله. دور التنمية الاقتصادية في معالجة اثار الفقر وسط المجتمعات الريفية. كجلة المشكلة الاقتصادية والتنمية. المجلد 01، العدد 02، 2022، ص 76-77.

[2] بن عبو فاطمة، مولياط مليكة، التنمية الاقتصادية في البلدان النامية، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص اقتصاد وتنمية، جامعة ابن خلدون – تيارت- ، 2025/2014 ، ص32-33.

الاقتصادي ذلك أن البدء بعملية تكوين رأس المال يتطلب بالضرورة أن يكون البلد في وضع يجب أن ينتج فيه فائض وهذا الفائض في بداية عملية النمو الاقتصادي ليس أكثر من انتاج غذاء بكمية أعلى من مستوى حد الكفاف لمعيشة الناس في الدول الأقل تطورا، وهكذا في المرحلة الأولية للنمو الاقتصادي فإن الموارد الطبيعية إذا كانت متوفرة بكميات كبيرة يمكنها أن تستديم النمو في معدلات عالية.

إن عملية التنمية الاقتصادية في الخطة التي يمكن تعزيزها مع زيادة في كميات الغذاء لعدد متزايد من العمال الذين يعملون في نشاطات غير زراعية وكذلك عرض المواد الخام للصناعات.[1]

1-2 الموارد البشرية:

إن هذه الموارد تشمل كل أنواع الجهود البشرية أو المداخلات البشرية التي تدخل في الإنتاج وهذه الموارد يمكن أن تقسم إلى الفئات التالية:

عرض العمل وهذا العرض يتألف من عدد العمال الذين من المفترض أنهم قادرون على العمل في أعمال لا تتطلب المهارة ومع مخزون رأس المال البشري (التعليم، مهارات) أو أن النوعية تتجسد على نحو مختلف.

الفئة الأخرى من فئات الموارد البشرية تلك التي تقوم بالعمل التنظيمي لوضع عرض العمل في مجال العمل وهذه الفئة تشمل المدراء والموظفين. [2]

1-3 راس المال المادي:

إن هذا النوع من رأس المال يتضمن أو يشمل المباني، المعدات والمخزونات، إذ هناك سلعا انتاجية تساعد في انتاج سلعا أخرى وهذه السلع هي سلع دائمة أو سلع طويلة العمر وهذا النوع من رأس المال ينبغي أن يميز عن رأس المال البشري والذي هو أيضا يساعد في عملية الانتاج

[1] بن عبو فاطمة، موليط مليكة، مرجع نفسه، ص 33.

[2] بن عبو فاطمة، موليط مليكة، مرجع سبق ذكره، ص 33.

ولكنه متجيد في البشر وكذلك ينبغي أن يميز من رأس المال المالي الذي يتألف من أرصدة سائلة يكمن تبادلها مع السلع، لعل رأس المال المادي يمكن تصنيفه إلى الأنواع الاتية:

الهياكل الارتكازية وهذه في طبيعة رأس المال الثابت وهذا النوع يتضمن مشروعات المنافذ العامة مثل النقل، الطرق، السكك الحديد) الكهرباء، شبكة الاتصالات، المدارس، الجامعات.....إلخ. إن هذه المكونات أو العناصر من رأس المال المادي تشمل نشاطات الإنتاج وهناك رأس المال ثابت يأخذ شكل مكائن ومعدات في الصناعة والزراعة تدخل في انتاج السلع والخدمات والصنف الثالث هو مايدعي رأس المال المخزون وهذا النوع يشمل كافة أنواع السلع منها السلع الوسيطية والسلع كاملة التصنيع. ومن ناحية أخرى فإن توافر رأس المال يمكن أن يدعم التخصص وتقييم العمل إلى مدى أكبر بكثير من زيادة قوة العمل نفسها، ولعل رأس المال المادي يشكل العنصر الرئيسي في ادخال التقدم التكنولوجي في النظام الانتاجي بمعنى أن كل سلعة رأسمالية هي تجسيد التكنولوجيا أو منظومة من التكنولوجيات التي تشكل قدرتها على إنتاج سلعا معينة أو مجموعة متنوعة من السلع، يساهم رأس المال المادي في نمو القطاع الزراعي والقطاع الصناعي مما يقود إلى زيادة مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي والأكثر أهمية هو دور رأس المال المادي في زيارة تراكم أو مخزون رأس المال نفسه.

1-4 التكنولوجيا:

تعرف التكنولوجيا بوصفها أية معرفة عملية منظمة متأسسة على التجربة أو النظرية العلمية التي تعزز قدرة المجتمع على انتاج السلع والخدمات والتكنولوجيا ليست مثل عناصر الإنتاج فالتكنولوجيا تساهم في زيادة الإنتاج عندما تتجسد التحسينات في التكنولوجيا في السلع الرأسمالية وهناك من التكنولوجيا ما يتجسد في البشر وبأخذ شكل مهارات متحسن بالنسبة للعمل والإدارة ....إلخ.

إن أي أسلوب تكنولوجي تستعمل فيه عناصر الإنتاج بوصفها توليفة إذا تحسنت فإنها سوف تجعل الإنتاج أكثر كفاءة والكفاءة هنا قد تأخذ شكل تحسن في منتوج الذي هو أفضل نوعية، كما

أن التقدم التكنولوجي يقلل تكاليف الإنتاج ومن ناحية أخرى فإن التقدم التكنولوجي يخفف القيود الذاتية المتأتية من الندرة التي يواجهها الإنسان. [1]

1-5 تكنولوجيا المعلومات والتنمية:

ان استلام وتطبيق المعلومات يعد من الخصائص المركزية في اكتساب وتعميم المعرفة التي تلق بدورها معلومات تعكس اعتقادا عالميا قويا في مؤهلها التحويلي أن تكنولوجيا عامة قد نشأت حول معلومات أنفق عليها الملايين من الدولارات كل سنة، وفي تقرير للبنك الدولي سن 1999 يقول فيه البنك الدولي أن هذه التكنولوجيا الجديدة سهلت الكثير من حيث إكتساب وامتصاص المعرفة مزودة بذلك الدول النامية بفرص لها لم يسبق لها مثيل لتعزيز الأنظمة التعليمية وتحسين وضع أو بناء السياسات وتنفيذها وتوسيع الفرص للأعمال والفقراء، فالحكومات والمتبرعون أو المانحون ومنظمات التنمية مندفعون لتحقيق وادراك المنافع التي تعد بها المنفذ على الشبكة في المحاربة ضد الفقر هناك فرص لتطبيق التكنولوجيا الجديدة في معلومات حول الصحة ومعلومات تعليمية وزراعية، وتعرف تكنولوجيا المعلومات بوصفهاالكترونية للحصول على المعلومات واعدادها واخترناها وتوصيلها، إن تكنولوجيا المعلومات هي تكنولوجيا المعلومات والاتصال تتأسس على معلومات رقمية وهي ليست التكنولوجيا التي تتعامل مع المعلومات التكنولوجية.

1-6 العناصر المؤسس والاجتماعية:

إلى جانب المدخلات التكنولوجية فإن عناصر مؤسسية واجتماعية ملائمة تساهم كثيرا في التنمية على نحو واسع فإن هذه العناصر تخص تنظيم عملية التنمية ورعاية المشاعر والعواطف والحوافز المتعلقة بالنمو وهذه العناصر لاتشبه عناصر الإنتاج مثل الأرض والعمل ورأس المال التي يمكن أن يحل أي عنصر من هاته العناصر محل العنصر الاخر بدلا من ذلك فإن العناصر المؤسسية والاجتماعية هي عناصر مكملة للأخرى. ومن ناحية أخرى فإنها يجب أن تكون بكمية صحيحة ونوعية صحيحة لضمان استغلال ملائم أو مناسب للمدخلات التكنولوجية وتفير مناخ

[1] بن عبو فاطمة، موليط مليكة، مرجع سبق ذكره، ص 33-34 .

مفضل للتنمية حتى تبدأ التنمية وتستدام فإن العنصر التنظيمي يكون ذا أهمية كبيرة جدا وفي الحقيقة فإن الاهتمام الأولي في وضع بقية العناصر مع بعضها للإنتاج الكفء.[1]

2-أساليب التنمية الاقتصادية:

هناك عدة أساليب للنهوض بالتنمية الاقتصادية أهمها:

- توفير رأس المال الملائم واللازم للتنمية ماديا وبشريا.
- أنظمة التعليم المعتمدة في اعداد قوة العمل.
- تطوير اليات تخطيط قوة العمل.
- تطوير اليات الاختيار والتعيين.
- خلق نظام الحوافز والمكافئات التشجيعية.
- توفير المناخ الاقتصادي والإداري المناسب.
- اعداد وتأهيل اليد العاملة بمختلف التخصصات والمهارات إضافة إلى الكفاءات.
- تزويد القوى بالمعارف. الخبرات والمهارات اللازمة بهدف تحقيق الأهداف التنموية في كافة المجالات.
- تبسيط الإجراءات والحد من الروتين.
- تخصيص أيام دراسية في البحث العلمي، وتوفير البيئة المناسبة وكذا المناخ المناسب.
- الذي يساهم في حل مشاكل التنمية الاقتصادية.

هذه الحلول أو الأساليب كلها روافد في زيارة الدخل القومي الفردي، وليعكس ايجاب على المستوى الصحي والتعليمي وتقود إلى زيادة الإنتاجية، والتي تحقق التنمية بكافة أبعادها.[2]

المطلب الثالث: أبعاد واستراتيجيات التنمية الاقتصادية

1-أبعاد التنمية الاقتصادية:

[1] بن عبو فاطمة، موليط مليكة، مرجع سبق ذكره، ص 34-33.

[2] زيتوني هوارية، مكيد علي، مرجع سبق ذكره، ص236.

مما تقدم يتضح لنا بأن مفهوم التنمية الاقتصادية يتضمن أبعادا مختلفة ومتعددة تشمل الاتي:

- **البعد المادي (الاقتصادي) للتنمية:** يستند هذا البعد على حقيقة أن التنمية هي تقيض للتخلف، وبالتالي فإن التنمية تتحقق من خلال التخلص من سمات التخلف واكتساب الخصائص السائدة في البلدان المتقدمة، إن المفهوم المادي للتنمية الاقتصادية يبدأ بتراكم قدر من رأس المال، الذي يسمح بتطوير التقسيم الاجتماعي للعمل، أي التحول من الصناعة اليدوية إلى الصناعة الالية، وعلى النحو الذي يحقق سياسة الإنتاج السلعي، وتكوين السوق الداخلية، وهذا ما يعرف بجوهر التنمية.
- **البعد الاجتماعي:** لاشك أن الجانب الإقتصادي للتنمية ذو صلة وثيقة بجوانب الحياة الأخرى في المجتمع وهي الجوانب الاجتماعية والثقافية والسياسية، وقد ترتب على توسيع مفهوم التنمية أمران:

الأول: المرادفة بين التنمية والتحديث (modernization)، والتحديث هو عملية التحول نحو الأنماط الاجتماعية والاقتصادية والسياسية التي تطورت في أوروبا الغربية وأمريكا الشمالية بين القرنين السابع عشر والتاسع عشر.

وان المفهوم الجديد للتنمية، على وفق هذا المنظور، تعبر عنه مؤشرات مادية وغير مادية تشمل التقدم التكنولوجي السريع وزيادة الإنتاج المادي وارتفاع معدلات الانتاجية وسرعة الإتصال وزيادة السكان وزيادة التحضر وزيادة الخدمات الإنتاجية والاجتماعية واعادة تأهيل المهارات الفردية واعادة تشكيل الأنظمة الاجتماعية والقيمية بهدف التكيف مع متطلبات المجتمع الجديد.

والثاني: هو تحقق التنمية بالانتشار، حيث تشع رياح التغيير من البلدان المتقدمة من خلال التكنولوجيا ورأس المال والمهارات والقيم والتغيرات من البلدان المتقدمة من خلال التكنولوجيا ورأس المال والمهارات والقيم والتغيرات في الأنظمة القائمة، أما جوانب البعد الاجتماعي للتنمية فتتمثل في تغيرات في الهياكل الاجتماعية واتجاهات السكان والمؤسسات القومية وتقليل الفوارق في الدخول واجتثاث الفقر المطلق، وقد تغيرت النظرة إلى الفقر في عقد الستينات وأصبح ينظر

لها بأنها مرتبطة بالبطالة، وأصبح هدف التنمية اشباع الحاجات الأساسية، وبهذا تغيرت فلسفة التنمية من كونها مستندة إلى النمو إلى الفهم المستند إلى الحاجات الإنسانية وبذلك أصبحت التنمية هي تنمية الإنسان.[1]

بحيث لا تقود إلى السيطرة على اقتصادات البلدان النامية

4- البعد الدولي :

إن فكرة التنمية والتعاون الدولي في هذا المجال قد فرضت نفسها على المجتمع الدولي وقادت إلى تبني التعاون على المستوى الدولي وإن ظهور الهيئات الدولية، كالبنك الدولي وصندوق النقد الدولي ولهذا فقد أطلقت الأمم المتحدة في علم 1961 تسمية عقد التنمية الأول والذي استهدف تحقيق معدل النمو الاقتصادي يبلغ 7%. كما شهد عقد الستينات نشأة منظمة اللغات (Gatt) أي الاتفاقية العامة للتجارة والتعرفة الجمركية. وكذلك نشأة منظمة الأونكتاد (VIVCTAD) أي مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية وتهدف هذه المنظمات جميعها إلى تحقيق علاقات دولية أكثر تكافؤا. ثم جاء عقد التنمية الثاني للفترة 1970- 1980، مستهدفا معدلا سنويا للنمو يبلغ 6% إلا أن مساعي كل هذه الجهات والمنظمات لم تفلح في تحقيق أهدافها الأساسية من وجهة نظر البلدان النامية. ولهذا تجد بأن التفاوت في الدخول فيما بين البلدان الغنية والفقيرة يزداد على مر الزمن.

5-البعد الحضاري: أشرنا سابقا بأن مفهوم التنمية مفهوم واسع يشمل كل جوانب الحياة ويقضي إلى مولد حضارة جديدة. ويعتبر البعض بأن التنمية بمثابة مشروع نهضة حضارية .

فالتنمية ليست مجرد عملية اقتصادية تكنولوجية. بل هي عملية بناء حضري تؤكد فيه المجتمعات شخصيتها وهويتها الانسانية[2].

2_ استراتيجيات التنمية الاقتصادية:

أولا : إستراتيجية النمو المتوازن :

هي فكوة روزينشتين وردان وقدمها الأستاذ نيركسيه في صيغة متكاملة اخذت اسم إستراتيجية النمو المتوازن.

[1] مدحت القريشي، مرجع سبق ذكره، ص 131- 132.

[2] مبحث القريشي ، مرجع سبق ذكره، ص 133. 134.

ينطلق نيركسيه في استراتيجيته من الحلقة المفرغة التي يخلقها ضيق حجم السوق أمام الاستثمار الصناعي مؤكدا أن كبر هذه لا يتحقق إلا بتوسيع حجم السوق والذي لا يتحقق إلا بإنشاء جبهة عريضة من الصناعات التي تلبي احتياجات الطلب الاستهلاكي النهائي .

ولنجاح هذه الاستراتيجية يتطلب تزامن جميع الصناعات والمشروعات ، لأن الاستثمار في كل صناعة أو مشروع معين تخلق سوقا لغيرها من الصناعات أو المشروعات بما توزعه من دخول. الأمر الذي يترتب عليه توسيع حجم السوق وبالتالي خلق حوافز للاستثمار.

ولتوفير الموارد التمويلية للبرنامج الاستثماري الضخم في هذه الاستراتيجية يدعو نيركسه إلى الإعتماد على الموارد المحلية في الدرجة الأولى وذلك لعدم ثقته في الاستثمارات الأجنبية و التجارة الخارجية. لأن شروط التبادل فيها ليست لصالح البلدان النامية التي تصدر المواد الأولية.[1]

يرى نيركسه أن الموارد المحلية تتأتى من موارد القطاع الزراعي وذلك بتعبئة المدخرات المحققة في هذا القطاع وتوجيه فائض العمالة المتواجدة فيه إلى العمل في بناء مرافق الاستثمار الاجتماعي.

لا يعني النمو المتوازن أن تنمو القطاعات بمعدلات متساوية وأن معيار التوازن هو أن ينمو كل قطاع وكل صناعة بمعدل نمو يتلائم ومرونة طلب الدخل .

ليس من الضروري أن يحدث توازن بين الزراعة و الصناعة بل المهم أن يتوفر التوازن في عملية النمو الإقتصادي .

أما بالنسبة للانتقادات التي وجهت لهاته النظرية فيمكن تلخيصها فيما يلي:

_ إن استراتيجية النمو المتوازن تنتهي إلى فرض اقتصاد صناعي متكامل حديث على قمة اقتصاد تقليدي راشد، لا يرتبط أحدها بالآخر مما بعمق مشكلة الثنائية في اقتصادات الدول النامية.

[1] خبابة عبد الله ،تطور نظريات و استراتيجيات التنمية الاقتصادية ، د.ط ، دار الجامعة الجديدة ، الاسكندرية، 2014 ، ص109_110.

_ عدم واقعيتها لعدم توافر موارد ضخمة لتنفيذ برامجها .

_ عزل الدول النامية من الاقتصاد الدولي بتركيزها على النمو لأجل السوق المحلية.

_ تفترض استراتيجية النمو المتوازن أن الدولة تبدأ من الصفر وهذا ينفي ما توارد على هذه الدولة في الماضي من قرارات استثمار.

إن الاستثمار على جبهة عريضة من الصناعات الاستهلاكية التي تتطلب مشروعات صغيرة ، يترتب عنه إنشاء مشروعات تقل عن الحجم الأمثل من ناحية الكفائة والانتاجية .

افترضت هذه الاستراتيجية مرونة عرض عوامل الإنتاج، إلا أن هذا الفرض غير صحيح في الدول النامية.[1]

ثانيا: استراتيجية النمو غير المتوازن :

إرتبطت هذه الاستراتيجية بالاقتصادي هرشمان وإن كان قد سبقه إليها "Perroux" في تقديمه صيغة النمو غير المتوازن تحت اسم نقاط أو مراكز النمو ، وتقتضي هذه

الاستراتيجية بتركيز الجهود الإنمائيةعلى عدد محدود من القطاعات أو الصناعات التي تتميز بالتفوق على غيرها من القطاعات أو الصناعات في الحض على القيام بالاستثمار في قطاعات الاقتصاد الوطني الأخرى.

يقول هرشمان إن التاريخ التاريخ الإقتصادي لا يعرف أمثلة عن النمو المتوازن وإنما اتخذ النمو الاقتصادي شكل شكل تقدم ونمو بعض قطاعات الاقتصاد الوطني وقياداتها لعملية النمو وأدى نماء هذه القطاعات القائدة إلى تحصين القطاعات الأخرى على النماء ، ومن هنا تأتي فكرة القطاع القائد لعملية التنمية الاقتصادية.

[1] خبابة عبد الله ، المرجع نفسه ، ص110_111.

ويرى أن لهذا النمو غير المتوازن ميزة كبرى وذلك أن القيد الوارد على عملية النمو هو القدرة على اتخاذ قرارات الاستثمار ، والنمو غير المتوازن في الاقتصاد هو الذي يهيء الظروف التي تودي إلى اتخاذ هذه القرارات بأعلى كفاءة ممكنة.

ويأتي عدم التوازن بسبب الضغوط والخناقات التي من شأنها أن تولد قوى تصحيحية وبناء على ذلك تكون عملية التنمية عبارة عن سلسلة متصلة من اختلالات التوازن التي تبعد بنا دائما عن نقطة التوازن ، حيث إن كل اختلال في التوازن يولد قوى تصححه.[1]

ويفسر هرشمان حدوث هذه السلسلة المتصلة من اختلال التوازن بمفهوم الارتباط المتبادل بين المشروعات و الصناعات المختلفة، وما يترتب عن هذا الارتباط من وفرات خارجية من شأنها أن تخلق ظروف لمشروعات استثمارية حديدية تأتي لتستفيد من هذه الوفرات . وهذه المشروعات الثانية التي تستحوذ على الوفرات الخارجية التي تخلقها المشروعات السابقة، تخلق بدورها وفرات خارجية جديدة يمكن أن تستفيد منها مشروعات أخرى.

أي أن الاستثمار في الصناعة أ يؤدي إلى خلق وفرات تعتبر خارجية بالنسبة لها ولكنها تدفع للاستثمار في الصناعة ب، بينما نمو الصناعة ب يؤدي إلى خلق وفرات خارجية بالنسبة إليها ولكنها داخلية للصناعة أ أو ج وهكذا.

المشكل الذي يشار عن الأخذ بهذه الاستراتيجية هو كيفية تحديد الاستثمارات التي تتميز بالتفوق على غيرها من الصناعات أو القطاعات الأخرى.[2]

الانتقادات الموجهة لهذه الاستراتيجية:

يرى بعض الاقتصاديين أن هذه الاستراتيجية تفترض أن عملية التنمية الاقتصادية تجري بصفة أساسية عن طريق المبادرة الفردية، بالتالي تفقد هذه الاستراتيجية مغزاها في ظل الأخذ بمبدأ التخطيط الشامل كأسلوب للتنمية الاقتصادية والذي يقوم أساسا على حصر الموارد المتاحة

[1] خبابة عبد الله، مرجع سابق، ص111_ 112 .

[2] خبابة عبد الله، مرجع سابق، ص113.

للاستثمار طبقا للأوليات المقررة في الخطة ومن ثم لا مجال في ظل التخطيط لاتخاذ قرارات الاستثمار قبل الاستثمار قبل الاستثمار في مجالات أخرى.[1]

المطلب الرابع: أهداف و أهمية التنمية الاقتصادية.

1_ أهداف التنمية الاقتصادية:

تهدف التنمية الاقتصادية إلى تحقيق ما يلي:

_ اشباع الحاجات الاساسية لغالبية الشعب.

_ تحويل البنى الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.

_ اعادة توجيه العلم والتكنولوجيا لخدمة الانسان.

_ تحقيق تنمية مدعمة ذاتيا ومنسجمة مع البيئة.

حيث يعتبر الاستثمار العامل الرئيسي الذي يتحكم في معدل النمو الاقتصادي من ناحية، وفي كميته، وكيفية هذا النمو من ناحية أخرى، أي أن معدل النمو المطلوب، يتوقف على القدرة في جذب التدفقات النقدية المطلوبة، وهذا يتوقف على القدرة في توفير الحوافز والمزايا والتسهيلات التي يكون لها تأثير نسبي على أصحاب رؤوس الأموال في اتخاذ القرارات بالاستثمار في أي بلد بالتبعية التأثير في حجم الاستثمارات المطلوبة من مصادر الداخلية والخارجية.

وفي هذا السياق يتبين لنا أن هناك حلقات متواصلة توصلنا إلى نتيجة مفادها أن النمو الاقتصادي ظاهرة ديناميكية تتمثل في تغيير كمي لمجموعة من التغيرات الاقتصادية الأساسية من فترة إلى أخرى.[2]

كما تهدف وتسعى التنمية الاقتصادية إلى تحقيق العديد من الأهداف الأخرى وهي:

[1] خبابة عبد الله، مرجع سابق، ص113_114.

[2] يموري نبيل، أهمية الاستثمار في تطوير التنمية الاقتصادية، مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد 10، العدد01، 2019، ص409.

_ زيادة الدخل القومي: حيث تساهم في تطوير مستوى معيشة الأفراد وتعزيز التركيبة الهيكلية للتجارة و الصناعة، مما يباعد على علاج المشكلات الناتجة عن ضعف الاقتصاد المحلي.

استثمار الموارد الطبيعية: يسعى هذا الهدف إلى تعزيز وجود الاستثمارات المحلية والدولية للموارد الطبيعية الموجودة على أراضي الدول، عن طريق دعم البنية التحتية، والخدمات العامة.

_ دعم رؤوس الأموال: يهتم هذا الهدف بتوفير الدعم الكافي لرؤوس الأموال العامة التي تعاني ضعفا وعجزا، بسبب قلة الإدخار المرتبط بالاحتياطات المالية في البنك المركزي، والبنوك التجارية أو الأوراق المالية.

الاهتمام بالتبادل التجاري: والذي يهتم بمتابعة الصادرات، والواردات التجارية المعتمدة على تعزيز التجارة بين الدول النامية والدول الأخرى، و خصوصا تلك التي تشتري الصادرات بأسعار مقبولة تساعد على توفير الدعم للحاجات الأساسية للسكان.

_ معالجة الفساد الإداري: وذلك بوضع قوانين وتشريعات ، تحد من انتشار الفساد الإداري الذي يؤثر على استقرار ال قطاع الاقتصادي، ويستغل موارده وتساهم هذه المعالجة في تطوير الاقتصاد المحلي، وتعزيز نموه وازدهاره في المجالات كافة.

_ ادارة الديون الخارجية: يرتبط بضرورة متابعة المبالغ المالية المدينة على حكومات الدول النامية، والحرص على إيجاد الوسائل والطرق المناسبة لسداد هذه الديون، مما يساهم في تعزيز النمو الاقتصادي وزيادة النفقات الخاصة بالإنتاج.[1]

2_ أهمية التنمية الاقتصادية:

إن أهمية التنمية الاقتصادية تتجلى في العنصرين التاليين:

1) التنمية وسيلة لتقليص الفجوة الاقتصادية والتقنية بين الدول المتقدمة:

[1] صبيبة سعيدة، دحمان فاطمة، دور الأسواق المالية في تفعيل التنمية الاقتصادية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص مالية وبنوك، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2016_ 2017، ص37 .

من أجل تقليص حدة الفجوة الاقتصادية والفنية الموجودة بين الدول المتقدمة والدول النامية يجب على هذه الأخيرة تحقيق تنمية اقتصادية واجتماعية للنهوض والسير بركب الدول المتقدمة وفي الإطار لابد أن تشير إلى مجموعة من العوامل التي تساعد على حدة هذه الفجوة حيث يمكن حصرها في المجموعتين الآتيتين:

أ_ مجموعة العوامل الاقتصادية: تمس هذه العوامل الجانب الاقتصادي وهي تتمثل في:

_ التبعية الاقتصادية للخارج.

_ صيادة نمط الإنتاج الواحد.

_ ضعف البنيان الصناعي.

_ ضعف البنيان الزراعي.

المبحث الثاني: المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالتنمية الاقتصادية.

المطلب الأول: تعريف المسؤولية الاجتماعية

فمن الناحية اللغوية تعرف المسؤولية الاجتماعية باعتبارها تعني " أن الانسان مسؤول عن فعل قام به في الماضي، وخلف وراءه آثارا معينة وهو الذي يتحمل تبعة هذه الآثار والنتائج.

أما من الناحية الاصطلاحية تعرف بأنها المعيار الاجتماعي الذي يقرر أن الأسرة أو الجماعة الاجتماعية الأكبر منها تعتبر مسؤولة عن سلوك أعضائها ولا بد من وضع هذه الجماعة في الاعتبار اذا ارتكب العضو أو مجموعة من الأعضاء أي سلوك انحرافي.[1]

هناك تعريفات كثيرة و متنوعة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة حيث تختلف باختلاف وجهات النظر للباحثين والدارسين حول تحديد مفهوم دقيق وواضح حول شكل هذه المسؤولية الاجتماعية، فمنهم من يرى أن المسؤولية الاجتماعية هي تذكير وتنبيه للمؤسسة بمسؤوليتها وواجباتها ازاء مجتمعها وبيئتها المحلية، في حين يرى البعض الأخر أن هذه المسؤولية هي:

عملية تطوعية تقوم بها المؤسسة ويشير "Bernan" إلى أن الوصول إلى تشخيص متكامل للمسؤولية الاجتماعية في المؤسسة في حقيقة الأمر ليس بالعملية السهلة، بل إنها معقدة جدا ويرجع هذا في الأساس إلى أمرين الأول يتمثل في وجود عدد كبير من أصحاب المصالح الذين تتعدد أهدافهم وتتباين بل وتناقض أحيانا، والثاني وجود فجوة بين ما يتوقعه المجتمع من هذه المؤسسات ومدى تصورهم

ب مجموعة العوامل غير الاقتصادية: وتمس هذه العوامل الجانب غير الاقتصادي وهي بدورها تتمثل في:

_ الزيادة السكانية المائلة.

[1] سميرة لغويل، نوال زمالي، المسؤولية الاجتماعية: المفهوم_ الأبعاد_ المعايير، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد27، 2016، ص302.

_ انخفاض المستوى الصحي.

_ انخفاض مستوى التعليم.

_ ارتفاع نسبة الأمية.

وعليه يجب على البلدان النامية على تجاوز هذه العوامل بنوعيها تدريجيا وذلك بتبني رؤية واستراتيجية مدروسة وواضحة من أجل تحقيق تنمية اقتصادية واجتماعية حقيقية لتضييق الفجوة بينها وبين الدول المتقدمة.

2) التنمية أداة الاستقلال الاقتصادي: إن التنمية الحقيقية لابد أن تقوم على الاستقلال الاقتصادي وليس على تبعيته فحصول البلدان النامية على الاستقلال السياسي لا يعني القضاء على التبعية، خاصة في حالة ازدياد المشروعات التي تقيمها هذه الدول بعد الاستقلال، والتي تحتاج فيها الى التعامل التكنولوجي والمالي مع الدول المتقدمة، الأمر الذي يزيد وبعمق من روابط تبعية الدول النامية، من أجل التخلص من هذه التبعية لابد من تغيير الهيكل الاقتصادي للدولة وذلك بأحداث تنمية حقيقية تعتمد على الذات باستغلال الموارد المتاحة في الدول استغلالا صحيحا وكاملا.[1]

أول إمكانيات ما تقدمه مؤسساتهم للمجتمع.

وفي هذا الإطار نجد تعريف "Drucker" الذي يرى أن المسؤولية الاجتماعية بأنها التزام المؤسسة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه. ومن هذين التعريفين نجد أن التعريف الأول ركز على البعد الاقتصادي بالدرجة الأولى بما فيها مصالح العاملين وتبقى المسؤولية الاجتماعية تابعة للمؤسسة لوحدها. عكس التعريف الثاني الذي نرى فيه تركيز إلا على البعد الاجتماعي فقط حيث أعطى دور كبير للمؤسسات تجاه البيئة التي تعمل بها.

[1] ضبيبة سعيدة، دحمان فاطمة، مرجع سبق ذكره، ص40_41.

وطرح "Holms" وجهة نظر أخرى بشأن المسؤولية الاجتماعية واعتبرها التزاما على المؤسسة تجاه المجتمع الذي تعمل به وذلك عن طريق المساهمة في مجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر و تحسين الخدمات الصحية، ومكافحة التلوث وخلق فرص عمل وحل مشكلة الاسكان والمواصلات وغيرها.

وتعرف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية:« المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة على أنها التزام هذه الأخيرة بالمساهمة في التنمية الاقتصادية، مع الحفاظ على البيئة والعمل مع العمال وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع بشكل عام هادف إلى تحسين جودة الحياة لجميع هذه الأطراف .

ويرى " محمد التويجري " أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية يتطلب ايجاد توازن بين متطلبات المؤسسة واحتياجاتها ومموليها والعاملين فيها والمجتمع المحلي الذي تخدمه.» [1]

مبادئ المسؤولية الاجتماعية والركائز الأساسية لنجاحها.

1_ مبادئ المسؤولية الاجتماعية:

ترتكز المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة على مجموعة من المبادئ يمكن ايجازها فيما يلي:

_ الاستدامة : تتمثل في الإجراءات المتخذة في الوقت الراهن من أجل بناء الخيارات المتاحة في المستقبل ، فعند الافراط في استخدام الموارد المتاحة لن تصبح متوفرة للاستخدام في المستقبل.

فالاستدامة تعتبر مبدأ أساسي من مبادئ المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة يعني بضرورة الاستخدام الأمثل للموارد التي يمكن أن تتجدد وذلك من أجل الحفاظ على مستقبل الموارد المتاحة ولا يتم ذلك إلا عن طريق الرفع من كفاءة الإنتاج.

_ المساءلة: تتمثل في اعتراف المؤسسة بكل تأثيراتها الخارجية و الداخلية ، مما يحتم عليها تقدير حجم هذه الأثار والابلاغ عنها للأطراف المتضررة من حكومة وعمال وعملاء ونجتمع.

[1] سميرة لغويل _ نوال زمالي، المرجع نفسه، ص302_303.

هذا المبدأ يوجب وضع التدابير المناسبة المتعلقة بأداء المؤسسة وبيئتها الخارجية والاجراءات المتخذة من طرفها، وهذا ما يتطلب تخصيص تكاليف تعنى بهذا الجانب. وعند الاعتراف بهذا المبدأ نكون قد اعترفنا بأن المؤسسة جزء من المجتمع ولها مسؤولية متبادلة مع جميع أطرافه، وعلى هذا الأساس يمكن لهؤلاء الأطراف اتخاذ تدابير ضد المؤسسة و عليها بالمقابل تبرير جميع الأعمال التي تقوم بها.

الشفافية: تتمثل في اعلان المؤسسة بشكل واضح ودقيق وعادل على سياساتها وقراراتها وأنشطتها خاصة فيما يتعلق بالتأثيرات على البيئة الداخلية والخارجية والآثار المحتملة على البيئة والمجتمع و العمال والعملاء ، مع ضرورة أن تكون هذه المعلومات متاحة لكل الأطراف ذوي العلاقة المتأثرين أو المحتمل تأثرهم بنشاطات المؤسسة.[1]

كما يمكن إضافة المبادئ التالية:

المبدأ الأول: الحماية وإعادة الاصلاح البيئي : يدعو إلى أن تقوم المؤسسة على حماية وإعادة اصلاح البيئة والترويج للتنمية المستدامة ، فيما يتعلق بالمنتجات والعمليات والخدمات والأنشطة الأخرى و إدماج ذلك في العمليات اليومية .

المبدأ الثاني: القيم والأخلاقيات تعمل بموجبه المؤسسة على تطوير ونفاذ المواصفات والممارسات الأخلاقية المتعلقة بالتعامل مع أصحاب الحق و المصلحة .

المبدأ الثالث : المساءلة والمحاسبة : يستوجب ابداء الرغبة الحقيقية في الكشف عن المعلومات و الأنشطة بطريقة فترات زمنية لأصحاب الشأن لاتخاذ القرارات.

المبدأ الرابع : تقوية وتعزيز السلطات: العمل على الموازنة في الأهداف الاستراتيجية والإدارة اليومية بين مصالح المستخدمين والعملاء والمستثمرين والمزودين والمجتمعات المتأثرة وغيرهم من أصحاب الشأن .

[1] هاجر عزي ، مريم بطاش، دور المسؤولية الاجتماعية في تعظيم الميزة التنافسية في للمؤسسة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص ادارة وتسيير المؤسسة، جامعة يحي فارس ، المدية ، 2015_2016 ، ص30 .

المبدأ الخامس: الأداء المالي والنتائج : تعمل المؤسسة على تعويض المساهمين برأس مال بمعدل عائد تنافسي بينما تحافظ في ذات الوقت على الممتلكات والأصول واستدامة هذه العائدات وأن تكون سياسات المؤسسة هادفة إلى تعزيز النمو على المدى الطويل.

المبدأ السادس: مواصفات موقع العمل: أن ترتبط أنشطة المؤسسة بإدارة الموارد البشرية لترقية وتطوير القوى العاملة في المستويات الشخصية و المهنية بحسبان أن العاملين يمثلون شركاء قيمين في العمل بما يستوجب احترام حقوقهم في ممارسات عادلة في العمل والأجور التنافسية والمنافع وبيئة عمل آمنة وصديقة وخالية من المضايقات .

المبدأ السابع: العلاقات التعاونية : أن تتسم المؤسسة بالعدالة والأمانة مع شركاء العمل وتعمل على ترقية ومتابعة المسؤولية الاجتماعية لهؤلاء الشركاء.

المبدأ الثامن: المنتجات ذات الجودة والخدمات :تحدد المؤسسة وتستجيب لاحتياجات وحقوق الزبائن والمستهلكين الآخرين وتعمل على تقديم أعلى مستوى للمنتجات وقيمة الخدمات بما في ذلك الالتزام الشديد بإرضاء و سلامة الزبائن.

المبدأ التاسع : الارتباط المجتمعي : تعمل المؤسسة على تعميق علاقات مفتوحة مع المجتمع الذي تتعامل معه، تتميز بالحساسية تجاه ثقافة واحتياجات هذا المجتمع.

تلعب المؤسسة في هذا الخصوص دورا يتسم بالإيجابية والتعاون و المشاركة في حيثما يكون ممكنا في جعل المجتمع المكان الأفضل للحياة وممارسة الأعمال .[1]

2_ الركائز الأساسية لنجاح المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة :

_ ضرورة إيمان المؤسسة بقضية المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع وأن تكون هناك قناعة ويقين من قبل كل مسؤول فيها ابتداء من أصحاب المؤسسة مرورا بمديريها التنفيذيين وانتهاء بالموظفين

[1] زينب حفار الساس، مريم عزوزي، أثر المسؤولية الاجتماعية في تحسين صورة المؤسسة ، مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال ، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2019 _2020، صفحة 8_9.

حول أهمية هذا الدور وأنه أمر واجب على كل مؤسسة تجاه المجتمع الذي تعيش فيه، وهو أمر لا تتفضل به المؤسسة على مجتمعها بل تفتخر به وتعتبره واجبا عليها.

_ أن تقوم المؤسسة بتحديد رؤية واضحة نحو الدور الاجتماعي الذي تريد تتبناه والقضية الرئيسية التي ستهتم بالعمل على المساهمة في معالجتها و المبادرة التي ستقدمها للمجتمع بدلا من الانتقاد والشكوى للسلبيات الموجودة.

_ أن يصبح هذا النشاط جزءا رئيسيا من أنشطة المؤسسات يتم متابعته من قبل رئيس المؤسسة كما يتم متابعة النشاط التجاري ، وتوضع له المخططات المطلوب تحقيقها تماما كما توضع مخططات المبيعات وغيرها من الأنشطة التجارية.

_ يجب على المؤسسة أن تخصص مسؤولا متفرغا تفرغا كاملا لهذا النشاط ، وتحدد له الأهداف والمخططات المطلوبة، ويرتبط مباشرة بالإدارة العليا ويمنح الصلاحيات المطلوبة وأن يكون له دور رئيسي وفاعل على مستوى المؤسسة .

_ الحرص على عدم الاعلان عن البرامج الاجتماعية إلا بعد انطلاقها فكثير من البرامج الاجتماعية التي يعلن عنها لا يكتب لها الاستمرار لعدم قدره المسؤولين عنها على تنفيذها طبقا لما يتم الاعلان عنه وهذا قد يساهم في المستقبل في توقف البرامج .

_ اجراء مراجعة بيئية لآثار مخرجات المؤسسة مع تبني السياسات اللازمة للتعامل مع الهدر والنواتج العرضية وترشيد الاستهلاك لمصادر الطاقة وكل ما يتعلق بالاستخدام الآمن لمنتجات المؤسسة المعينة.

_ من أكثر المعوقات التي تواجه المؤسسات الراغبة في الانطلاق في برامج المسؤولية الاجتماعية ، رغبة هذه المؤسسات في الانطلاق من خلال مشاريع كبيرة و ضخمة وذات أرقام عالية ، ولا ضرر في أن توضع هذه الأهداف على المدى البعيد ، ولكن حتى يتم البدء في مثل

هذه البرامج يجب أن تكون الانطلاقة من خلال أهداف صغيرة ومحدودة تكبر بمرور الأيام لتحقيق المشاريع والبرامج الكبيرة .[1]

المطلب الثالث: أهمية المسؤولية الاجتماعية :

هناك وجهات نظر متعارضة حول تبني الشركات لمزيد من الدور الاجتماعي ، وعلى العموم هناك اتفاق عام بكون المسؤولية الاجتماعية بحدود معينة تمثل عملية مهمة ومفيدة للمؤسسات في علاقاتها مع مجتمعاتنا لمواجهة الانتقادات والضغوط المفروضة عليها ، ومن شأن الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية تحقيق عده مزايا بالنسبة للمجتمع والدولة والمؤسسة وأهمها:

1_ بالنسبة للمؤسسة :

_ تحسين صورة المؤسسة في المجتمع وخاصة لدى العملاء و العمال وخاصة إذا اعتبرنا أن المسؤولية تمثل مبادرات طوعية للمؤسسة اتجاه اطراف مباشرة أو غير مباشرة من وجود المؤسسة.

من شأنها الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تحسين مناخ، كما تؤدي إلى بعث روح التعاون ، والربط بين مختلف الأطراف .

_ تمثل المسؤولية الاجتماعية تجاوبا فعالا مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع ، كما أن هناك فوائد أخرى تتمثل في المردود المادي و الأداء المتطور من جراء تبني هذه المسؤولية .

2_ بالنسبة للمجتمع :

_ الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة وسعادة مبدأ تكافؤ الفرص وهو جوهر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة .

_ تحسين نوعية الخدمات المقدمة للمجتمع .

[1] هاجر عزي ، مريم بطاش ، مرجع سبق ذكره، صفحة 32_ 33

_ ازدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين المؤسسات ومختلف الفئات ذات المصالح ، الارتقاء بالتنمية انطلاقا من زيادة التثقيف والوعي الاجتماعي لدى الأفراد ، وهذا ما يساهم بالاستقرار السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية .

3_ بالنسبة للدولة: تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهامها وخدماتها الصحية و التعليمية و الثقافية والاجتماعية الأخرى .

_ يؤدي الالتزام بالمسؤولية البيئية إلى تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة و الصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية .

_ المساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة وغيرها من الآلات التي تجد الدولة الحديثة نفسها غير قادرة على القيام بأعبائها جميعا، بعيدا عن تحمل المؤسسات الاقتصادية الخاصة ودورها في هذا الإطار .[1]

المطلب الرابع: أبعاد المسؤولية الاجتماعية.

حدد كارول carroll أربعة أبعاد ومكونات للمسؤولية الاجتماعية ، هي: البعد الاقتصادي ، والبعد القانوني، والبعد الأخلاقي والبعد الخير، وسيتم فيما يلي توضيح هذه الأبعاد :

1/البعد الاقتصادي : يشير البعد الاقتصادي إلى أن قطاع الأعمال عليه التزام بأن يكون منتجا ومربحا ويلبي الحاجات الاستهلاكية للمجتمع ويستند البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية إلى مبادئ المنافسة والتطور التكنولوجي ويشتمل على مجموعة من عناصر المسؤولية الاجتماعية ، منها المنافسة العادلة التي تدعو إلى منع الاحتكار ،وعدم الإضرار بالمستهلكين، واحترام قواعد المنافسة ، وعدم الحاق الضرر بالمنافسين ويعتمد نمط المسؤولية الاقتصادية على وجهة النظر التي تركز فيها منظمات الأعمال على هدف تعظيم الربح ، وأن المساهمات الاجتماعية لا تعدو كونها نواتج عرضية للبعد الاقتصادي .

[1] سالم يعقوب قواسمية العلمي، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل دراسة مفاهيمية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية ، المجلد09، العدد 03، 2021، صفحة 103_104.

2/البعد القانوني: يستند البعد القانوني إلى القوانين والتشريعات التي تحددها الدولة ، ويتناول اهتمام قطاع الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية عدة مواضيع مثل: حماية البيئة وحماية المستهلك والمشاركة في حل مشكلات المجتمع فقد تولدت العديد من المشكلات بسبب الأعمال التي تمارسها منظمات الأعمال ، والتي تسببت بتلوث البيئة ، و الناتجة عن مخلفات المصانع التي تلقي في الأنهر والبحار، وما يمكن أن تسببه من القضاء على الكائنات البحرية ، اضافه للضوضاء الناتجة عن الأصوات العالية للماكينات والسيارات والمنتجات التكنولوجية والتي تسبب الإزعاج والمرض للناس وكذلك ما يصدر عن تلك المصانع من دخان يعمل على تلويث الهواء .[1]

تتضمن المسؤولية القانونية الكثير من العناصر، والمتمثلة في قوانين حماية المستهلك من الغش والتزييف ، وحماية البيئة من التلوث، ومنع الاستخدام غير المنظم للموارد، والتخلص من الفضلات، وتأمين السلامة و العدالة للأفراد من حيث عدم التمييز بينهم على أساس العرق أو الجنس أو الدين ،

ومساعدة الأفراد في حالات الإصابات والتقاعد وتوفير العمل للمرأة والمعوقين.

3/البعد الأخلاقي : يعكس هذا البعد الرموز غير المكتوبة، والمبادئ والقيم والعادات والتقاليد والدين، وكل ما يتعلق باتجاهات المجتمع ، وتهتم المسؤولية الأخلاقية لمنظمات الأعمال بالقيام بما هو صحيح وعادل ، وتجنب الضرر للآخرين، كما تتضمن عدم انتهاك المنظمة للمبادئ المتفق عليها ، والتي تحدد الصح والخطأ عند توجيهها لأعمالها ومن أجل أن تلتزم منظمات الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية بشكل كبير فإن عليها أن تعطي الأولوية للسلوك الأخلاقي ، وكي تقوم المنظمة بذلك، فإنه ينبغي إيلاء أهمية كبيرة للأخلاق وتشجيع الأفراد لاتخاذ المسؤولية الأخلاقية بشكل أكثر جدية ، والتركيز على الجماعة ، واحترام وجهات النظر المختلفة للجميع

[1] ناصر جرادات ، عزام أبو الحمام ، مرجع سبق ذكره ، صفحة 212_ 213.

وتستند المسؤولية الأخلاقية إلى المبادئ والمعايير الأخلاقية ، والقيم الاجتماعية، واحترام حقوق الإنسان ، والعادات والتقاليد السائدة في المجتمع.[1]

4/البعد الخير : تعتبر المسؤولية الخيرية أو الإنسانية لقطاع العمل جزءا مهما من دور المنظمات الذي يجب أن تلعبه على المستويات العالمية و الوطنية و المحلية، وهذه المسؤولية اختيارية ومن الصعب الحكم عليها والتحقق منها ومن أمثلة هذه المساهمات ما قدمته شركه مايكروسوفت من مساهمة مالية كبيرة لعلاج مرضى الايدز في الهند، ومساهمتها في مساعدة 5000 منظمة غير ربحية في العالم.

ويرتبط البعد الخير أو الإنساني بمبدأ تطوير نوعية الحياة بشكل عام، كما يرتبط بمساهمة قطاع الأعمال في حل مشاكل المجتمع باعتباره جزءا منه ، ويتوجب على قطاع الأعمال أن يشارك المجتمع في مناسباته الوطنية وأعياده من جهة ، والمشاركة في النكبات والحوادث التي تصيب المجتمع، كالزلازل والبراكين، وحل مشكلات الفقر و البطالة ، وتقديم الخدمات الصحية و التعليمية و الثقافية و الرياضية ورعاية دور الأيتام ودور المسنين و المحافظة على البيئة وفي إطار توجه منظمات الأعمال نحو تبني المسؤولية الاجتماعية فإنها تنطلق للقيام بذلك من خلال تبنيها لإحدى الاستراتيجيات الأساسية للتعامل مع المسؤولية الاجتماعية ، حيث تتفاوت تلك الاستراتيجيات بين رفض تبني المنظمات للمسؤولية الاجتماعية بشكل قاطع إلى المبادرة الطوعية، وهناك أربع استراتيجيات يتم تبنيها لممارسة المسؤولية الاجتماعية والاسهام في الإنفاق على الأنشطة الاجتماعية وهي :

_ استراتيجية الممانعة أو عدم التبني: تهتم هذه الاستراتيجية بالأولويات الاقتصادية لمنظمات الأعمال دون تبني أي دور اجتماعي لأن هذه المنظمات تركز على تعظيم الربح والعوائد الأخرى

_ الاستراتيجية الدفاعية: تعني القيام بدور اجتماعي محدود وبما يتطابق مع المتطلبات القانونية المفروضة من أجل حماية المنظمة من الانتقادات وبالحد الأدنى.

[1] ناصر جرادات، عزام أبو الحمام ، مرجع سابق ذكرهه صفحة 213 _214.

استراتيجية التسكين: تسهم المنظمة في الأنشطة الاجتماعية من خلال تبني الاتفاق على الجوانب المرتبطة بالمتطلبات الاقتصادية والأخلاقية و القانونية. استراتيجية المبادرة الطوعية: تتبنى المنظمة دور اجتماعي واسع، وتأخذ مصلحة المجتمع وتطلعاته في كل قرارات المنظمة .[1]

[1] ناصر جرادات، عزام أبو الحمام، مرجع سبق ذكره ، صفحة 214_ 215.

الإطار التطبيقي

1- تاريخ الشركة:

تأسست شركة صيدال سنة 1982 إثر إعادة هيكلة الصيدلية المركزية الجزائرية واستفادت في هذا السياق من نقل مصانع الحراش ودار البيضاء وغودي قسنطينة. كما تم نقل المجمع في عام 1988

"مضاد حيوي" من شركة MEDEA، والذي تم الانتهاء من بنائه للتو من قبل شركة SNIC (الشركة الوطنية للصناعات الكيميائية).

وفي عام 1989، وبعد تنفيذ الإصلاحات الاقتصادية؛ صيدال تصبح مؤسسة اقتصادية عمومية ذات استقلالية إدارية

في عام 1993، تم إجراء تعديلات على النظام الأساسي للشركة، مما يسمح لها بالمشاركة في أي عملية صناعية أو تجارية يمكن ربطها بالغرض المؤسسي من خلال إنشاء شركات أو شركات تابعة جديدة.

في عام 1997، نفذت شركة صيدال خطة إعادة الهيكلة التي أدت إلى تحولها إلى مجموعة صناعية تضم ثلاث شركات تابعة (الأدوية والمضادات الحيوية والمنتجات الحيوية).

في عام 2009، زادت شركة صيدال حصتها في رأس مال شركة سوميديال إلى 59%.

وفي عام 2010 استحوذت على 20% من رأس مال شركة إيبيرال وارتفعت حصتها في رأس مال شركة تافكو من 38.75% إلى 44.51%.

في عام 2011، زادت شركة صيدال حصتها في رأس مال شركة إيبرال إلى 60%.

في عام 2014، قامت شركة صيدال بعملية الاستيعاب، من خلال دمج الشركات التابعة المملوكة لها بالكامل: المضادات الحيوية والأدوية الحيوية.

2-عرض موقع إنتاج MEDEA:

يمتد المجمع الواقع في ولاية المدية على بعد 100 كلم جنوب الجزائر العاصمة، على مساحة 25 هكتارًا، منها أكثر من 19 هكتارًا مغطاة.

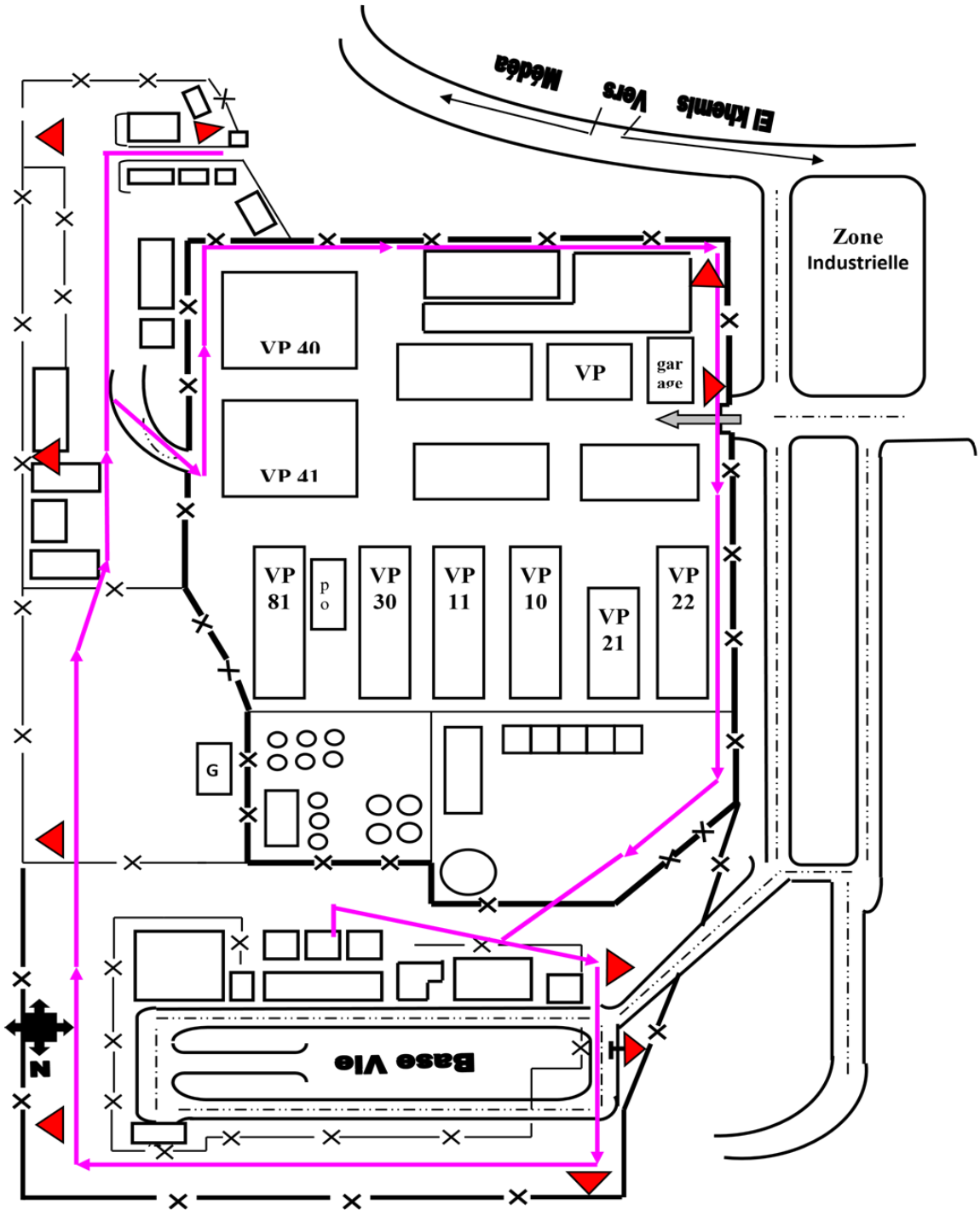
وقد تولى مسؤولية مشروع المضادات الحيوية المعقد MEDEA، الذي كان في ذلك الوقت ملكًا لـ SNIC التي ضمنت تنفيذه. مهمتها كانت ضمان احتكار إنتاج وتوزيع الأدوية والمنتجات والكواشف ذات الصلة وكان هدفها تزويد السوق الجزائرية بشكل كافٍ ومنتظم.

موقع إنتاج شركة MEDEA، وهي شركة تابعة لمجموعة SAIDAL، ولدت من إعادة هيكلة المجموعة في 02.02.1998. انها تحتوي على:

- مباني مختلفة لإنتاج المواد الخام السائبة عن طريق التخمير وشبه التخليق (البنسلين وغير البنسلين)
- مبنيين لإنتاج PF، أحدهما مخصص لمنتجات البنسلين والآخر للمنتجات غير البنسلين.
- وحدة إنتاج التيار المتردد (الطباعة).
- محطة إنتاج للاستخدامات الضرورية لتشغيل المنشأة المعقدة بأكملها، والتي تسمى الخدمات العامة
- مختبر مركزي مجهز بعدة هياكل لإجراء كافة التحليلات والضوابط التنظيمية، بما في ذلك مختبر تجريبي لاحتياجات التخمير وشبه التخليق
- بيت الحيوانات لتربية الحيوانات المعملية (الفئران البيضاء والأرانب) محطة استعادة المذيبات.
- محطة معالجة المياه الداخلة لحماية البيئة.
- ورشة الصيانة
- محطة الإطفاء
- الإدارة

ينتج موقع إنتاج MEDEA، الذي بدأ إنتاجه في عام 1986، الأشكال الجالينوسية التالية:

حقن البنسلين وغير البنسلين (مساحيق ومحاليل) كبسولات البنسلين وغير البنسلين، المراهم الجلدية والعينية، الشراب السائل، مساحيق البنسلين للمعلق الفموي والأقراص.



الشكل1: مخطط موقع شركة صيدال.

3-. وصف مبنى الإنتاج

أ. مبنى البنسلين (الكتلة أ):

يقع هذا المبنى شمال المصنع. وهي متخصصة في إنتاج المنتجات الصيدلانية الأساسية أو المكونات النشطة للبنسلين أو مشتقات البنسلين. يوجد في هذا القسم عدة ورش عمل:

_ ورش عمل المعاجين (الكريم، المراهم الجلدية) وورش عمل لإنتاج المراهم العينية المكونة من غرف معقمة.

_ ورش عمل لإنتاج محاليل الشراب (المحلول الفموي).

_ ورش عمل لتصنيع الأجهزة اللوحية.

_ ورش تصنيع الكبسولات.

_ ورش إنتاج مساحيق الحقن ومذيباتها، ويوجد في هذه الورش غرف معقمة.

ب. المبنى غير البنسلين (الكتلة ب):

يقع هذا القسم جنوب المصنع. وهي متخصصة في إنتاج المنتجات الصيدلانية الأساسية غير البنسلين. ويوجد في هذا المبنى أيضًا العديد من الورش منها:

_ ورش عمل كريمات العجينة، والمراهم الجلدية، وورش عمل المراهم الجلدية.

_ ورش عمل لإنتاج الشراب.

_ ورش عمل لإنتاج الأجهزة اللوحية.

_ ورش تصنيع الكبسولات.

_ ورش عمل حقن المساحيق.

_ ورش تصنيع المذيبات القابلة للحقن.

ج. مبنى مراقبة الجودة:

_ تحتوي هذه الكتلة على (02) طابق، في الطابق الأول نجد:

_ مختبر مراقبة العقم.

_ مختبر الرقابة والتفتيش.

والطابق الآخر يحتوي على:

• مختبر فيزيائي كيميائي.

• مختبر الميكروبيولوجي.

4-القطاعات المستهدفة:

تصدر مجموعة صيدال إلى:

- السوق الجزائري.

-المستشفيات.

- الضباط (الصيادلة).

- السوق الأفريقية: تشاد والسنغال والعراق وليبيا.

- السوق الأوروبية

5-أهداف مؤسسة صيدال

- السعي لتحقيق الرضا التام للعملاء، من خلال التنفيذ التدريجي لإدارة الجودة.
- تنويع نطاق الإنتاج من خلال سياسة البحث والتطوير للأدوية الجديدة بأشكالها الجاليكية الجديدة وتطبيق التكنولوجيا القديمة.

- ويتم تطوير الشراكة بالفعل من خلال مشاريع مع مختبرات ذات شهرة دولية إما في شكل شركات مشتركة أو من خلال شركاء التصنيع.

إن الحفاظ على حصص السوق الوطنية وزيادتها سيضمن استدامة المجموعة واختراق أسواق التصدير والبحث المستمر عن تحسين الأداء الاقتصادي والمالي، مع دمج الاهتمامات الصحية العامة للبلاد.

6-تحليل مقابلات الدراسة:

- السؤال الأول: ما مكانة الاتصال العمومي داخل مؤسستكم؟

أجاب المبحوث رقم 01 أن مكانة الاتصال العمومي داخل مؤسسة صيدال له أهمية عظمى وهو عبارة عن الاتصال الإنساني المنطوق والمكتوب الذي يتم داخل المؤسسة على المستوى الفردي والجماعي ويسهم في تطوير أساليب العمل وتقوية العلاقات الاجتماعية بين الموظفين، في حين أجاب المبحوث رقم 02 أن الاتصال العمومي داخل مؤسسة صيدال يحتل مكانة وظيفية مهمة خاصة في ظل تطور المهام الملقاة على عاتق المؤسسة كمؤسسة عمومية اقتصادية، بينما طرح المبحوث رقم 03 أن مكانة الاتصال العمومي داخل مؤسستنا له أهمية كبيرة لكونه أداة لنقل المعلومات ومشاركتها مع المواطنين والمهنيين والشركاء الاقتصاديين.

*التحليل: من خلال تحليل المقابلات نلاحظ أن معظم المبحوثين أجابوا على أن مكانة الاتصال العمومي داخل مؤسسة صيدال تحظى بأهمية ومكانة مرموقة. لكونه أداة استراتيجية فعالة في مشاركة معلومات المؤسسة بينهم.

- السؤال الثاني: ما هي الوسائل المستخدمة في الاتصال العمومي في مؤسستكم مع الجمهور الداخلي والخارجي؟

أجاب المبحوث رقم 01 أن الوسائل المستخدمة الاتصال العمومي في المؤسسة مع جمهورها الداخلي والخارجي هي: الهاتف، الإنترنت، الصحف، المجلات، مجلة خاصة بالمؤسسة في حين ذكر المبحوث رقم 02 أن الوسائل المستخدمة هي: التقارير السنوية، الإعلانات. بينما أجاب المبحوث رقم 03 أ، الوسائل هي: الوسائل الإخبارية، الملصقات الجدارية، والإعلانات الخاصة بالعلاقات العامة.

*التحليل: من خلال التحليل أجمع المبعوثين أن الوسائل المستخدمة في الاتصال العمومي في مؤسسة صيدال مع جمهورها الداخلي والخارجي هي وسائل حديثة وتقليدية وهي: الهاتف، الإنترنت، الملصقات، الصحف والمجلات.

- السؤال الثالث: في رأيك، ما مدى وعي المؤسسة بأهمية الاتصال العمومي؟

صرح المبحوث رقم 01 أن المجمع أو المؤسسة تقوم بدور كبير من أجل إرساء الوعي الإعلامي الواسع لكل فئات العمال من أجل إعلام هادف وراقي، في مقابل ذلك صرح المبحوث رقم 02 أن المؤسسة تولي له اهتماما كبيرا في استراتيجيتها المؤسسية، بينما صرح المبحوث رقم 03 أن مؤسسة صيدال تدرك تماما أهمية الاتصال العمومي وتصنفه ضمن استراتيجياتها ومخططاتها.

التحليل: من خلال أجوبة المبحوثين والتحليل تبين أن المؤسسة لا تصف الاتصال العمومي، كمجرد وظيفة إدارية، بل كأداة استراتيجية مهمة بفضله تساهم في بناء وتطوير علاقاتها بالعمال والمجتمع ككل.

-السؤال الرابع: ما مفهوم المسؤولية الاجتماعية من طرف مؤسستكم؟ وما هو هدفكم من إجرائها؟

أجاب المبحوث رقم 01 أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية هي نظرية أخلاقية تندرج ضمن أي كيان سواء كان منظمة أو غيرها. والهدف من إجرائها هو تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية ومعالجة مدى نجاعة البرامج الخاصة بالمؤسسة الاجتماعية. وأجاب المبحوث رقم 02 أن المسؤولية الاجتماعية هي فعل أخلاقي اتجاه المجتمع من طرف المؤسسة وتقدم صورة إيجابية عنها، في حين أجاب المبحوث رقم 03 أن المسؤولية الاجتماعية هي صفة أخلاقية تعبر عن صورة المؤسسة في ذهنية المواطن والمجتمع بصفة عامة.

*التحليل: من خلال أجوبة المبحوثين تم الاتفاق على أن المسؤولية الاجتماعية تمثل بعد أخلاقي، يهدف إلى تحسين صورة هذه المؤسسة عند ذهنية المجتمع ويجعلها تحتل مكانة وصورة خاصة.

-السؤال الخامس: ما نوع المبادرات الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة؟ وهل تندرج ضمن استراتيجية محددة؟

أجاب المبحوث رقم 01 أن المبادرات التي تقوم بها المؤسسة تتمثل في وضع استبيان للعمال ومعرفة النقائص لتحسينها، وأنها تندرج ضمن استراتيجية محددة مسبقا، في ين صرح المبحوث رقم 02 أن مؤسسة صيدال تنفذ وتقوم بمجموعة من المبادرات الاجتماعية التي تندرج وفق استراتيجية واضحة، وأهم هذه المبادرات تكمن في المجال الصحي والبيئي، وصرح المبحوث رقم 03 أن المبادرات التي تقوم بها المؤسسة هي مبادرات تتعلق بالصحة أكثر لكون وطبيعة نوع المؤسسة المتعلق بالجانب الصحي.

*التحليل: تبين من خلال أجوبة المبحوثين أن مؤسسة صيدال لا تتعلق فقط بالجانب الإنتاجي الصحي بل تتعداه إلى جوانب عديدة مثل البيئي كما أنها تقوم على وضع استراتيجية محددة وليست عشوائية.

-السؤال السادس: كيف يتم الإعلان أو الترويج لهذه المبادرات؟ وهل ترون ذلك كافيا؟

صرح المبحوث رقم 01 أن الإعلان هذه المبادرات يتم بالبيانات الصحفية الرسمية وهذا كافي لإيصال المعلومة في حين أجاب المبحوث رقم 02 أن الترويج لهذه المبادرات يمكن في مشاركة في الملتقيات والمعارض وتقديم نماذج من مشاريعنا الخاصة، في حين صرح المبحوث رقم 03 أن الإعلان والترويج يندرج أيضا في الموقع الرسمي للمؤسسة وهذا يكفينا لنشاء اتصال رسمي مع جميع الفئات.

*التحليل: من خلال أجوبة المبحوثين وتحليل المقابلات يتبين استعمال المؤسسة لأدوات الاتصال المختلفة في إعلاناتها وترويجها لهذه المبادرات وضمان وصولها للفئات المستهدفة من هذه المبادرات المنظمة.

-السؤال السابع: كيف يتم إشراك الموظفين في مبادرا ت المسؤولية الاجتماعية؟

صرح المبحوث رقم 01 أن مؤسسة صيدال تحرص إشراك الموظفين في مثل هذه المبادرات ضمن آليات محددة منها التحسيسية وذلك بتنظيم دورات داخلية حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية مما يمكن الموظف من فهم دوره، في حين أجاب المبحوث رقم 02 أن إشراك الموظفين يتم أحيانا

نقل اقتراحاتهم للمبادرات وتقوم بدراستها وأجاب المبحوث رقم 03 أن إشراك الموظفين يتم بنشر القيم الاجتماعية في المؤسسة من خلال التواصل والحملات الداخلية وترسيخ قيم التضامن.

*التحليل: من خلال تحليل أجوبة المبحوثين أن تمكين الموظفين من المشاركة يبرز ثقة المؤسسة في موظفيها، ويعزز ثقة المواطنة داخل العمل.

-السؤال الثامن: كيف يساهم الاتصال العمومي في نشر قيم المسؤولية الاجتماعية داخل المؤسسة؟

صرح المبحوث رقم 01 أن الاتصال العمومي يساهم في نشر الوعي بالمسؤولية الاجتماعية داخليا بين الموظفين والعاملين من خلال الرسائل الداخلية، وصرح المبحوث رقم 03 أن الاتصال العمومي يساهم في تعزيز الانخراط الداخلي في المبادرات وهو ما يسمح بخلق الإحساس بالمسؤولية.

*التحليل: من خلال تحليل إجابات المبحوثين أجمعوا أن الاتصال العمومي مساهمة كبيرة في نشر قيم المسؤولية الاجتماعية داخل مؤسسة صيدال من خلال ترسيخ ثقافة المشاركة والمسؤولية، مما بجعله في تكامل مع المسؤولية الاجتماعية.

-السؤال التاسع: هل برامج المسؤولية الاجتماعية لها جزء خاص من مهامكم ونشاطاتكم التي يقومون بها؟

أجاب المبحوث رقم 01 أن برامج المسؤولية الاجتماعية لها جزء خاص من مهامنا ونشاطاتنا وهذا ما يعد جوهريا من مهام خلية الإعلام والاتصال. في حين صرح المبحوث رقم 02 أن هذه البرامج نخصص لها تخطيطا واتصالا موجها ضمن مهام خلية الأعلام والاتصال وصرح المبحوث رقم 03 أن خلية الإعلام والاتصال هي التي تخطط وتوجه هذه البرامج ضمن مسؤوليتها.

*التحليل: من خلال تحليل المقابلات أجمع المبحوثين أن خلية الإعلام والاتصال تلعب دورا رئيسي في احتواء برامج المسؤولية الاجتماعية ضمن مهما ونشاطاتها الرئيسية التي تقوم بها.

-السؤال العاشر: هل تقوم مؤسستكم بوضع خطط تنموية على المدى البعيد؟

أجاب المبحوث رقم 01 أن مؤسسة صيدال تقوم على رؤية تنموية استراتيجية بعيدة المدى، يتم إعدادها بالتنسيق بين الإدارة العامة ووحدات الإنتاج، وأجاب المبحوث رقم 02 أن المؤسسة تقوم بوضع الخطط التنموية وتحديثها بشكل دوري، أما المبحوث رقم 03 أجاب أن المؤسسة ولكون طبيعة نشاطاها الاقتصادي فأكيد أنها تقوم بتخطيط تنموي على المدى البعيد لتحقيق كافة خططها ومتطلباتها المستقبلية.

*التحليل: من خلال أجوبة المبحوثين أجمعوا أن هناك خارطة تنموية أساسية، تقوم عليها المؤسسة لتحقيق أهدافها التنموية الاقتصادية وتمكينها من النجاح والاستمرارية في المدى البعيد.

-السؤال الحادي عشر: هل تأخذ التنمية الاقتصادية حيز في مؤسستكم؟ وكيف ذلك؟

أجاب المبحوث رقم 01 نعم التنمية الاقتصادية تعتبر ركيزة أساسية في رؤية المؤسسة الاستراتيجية بحكم موقعها كمؤسسة وطنية فاعلة في قطاع حيوي هو قطاع الصناعات الصيدلانية، في حين أجابوا المبحوثين رقم 02 و03 أننا لا نرى أنفسنا كمنتجين للأدوية، بل كمساهمين مباشرين في التنمية لاقتصادية.

*التحليل: من خلال تحليل أجوبة المبحوثين أجمعوا كلهم أن التنمية الاقتصادية هي توجه فعلي متجسد في أنشطة إنتاجية واستثمارية واضحة، وهي مترابطة ومتكاملة مع مؤسسة صيدال من خلال التشغيل، التكوين، التصنيع والتصدير.

-السؤال الثاني عشر: هل يوجد تنسيق بين مصالح الاتصال والمسؤولية الاجتماعية داخل المؤسسة؟

أجاب جميع المبحوثين 01 و02 و03 أن هناك تنسيق وثيق ومستمر بين مصلحة الإعلام والاتصال ومصلحة المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة صيدال، لأن نجاح أي مشروع أو مبادرة يتطلب تعاونا بين الجانبين.

*التحليل: من خلال تحليل أجوبة المبحوثين أكدوا أن المؤسسة وفي ربطها بين الاتصال والمسؤولية الاجتماعية فذلك يعزز من تأثير كل منعما، ويظهر أن المؤسسة واعية بأهمية التناسق بين العمل الاجتماعي والعمل الاتصالي.

-السؤال الثالث عشر: كيف يمكن تطوير العلاقة ين الاتصال العمومي والمسؤولية الاجتماعية لتحقيق صورة مؤسسة قوية؟

- أجاب المبحوث رقم 01 أن من خلال وضع خطة اتصالية ولجنة تنسيق دائمة يمكن من تطوير العلاقة بين الاتصال العمومي والمسؤولية الاجتماعية في حين صرح المبحوثين رقم 02 و03 أنه من خلال تعزيز التكامل بين الاتصال العمومي والمسؤولية الاجتماعية وفق منجية استراتيجية.

-السؤال الرابع عشر: ما هي برأيكم التحديات التي تواجه المؤسسة في مجال الاتصال أو المسؤولية الاجتماعية لتحقيق تنمية مؤسسية؟

أجاب المبحوث رقم 01 أن التحديات تكمن في ضعف التنسيق أحيانا، ونقص الميزانية في حين صرح المبحوثين رقم 02 و03 أن التحديات التي تواجهها تكمن فيما هو تقني وتنظيمي مثل ضعف التقييم وتداخل المسؤوليات ونقص التكوين المستمر.

*التحليل: من خلال أجوبة المبحوثين يتبين أن التنمية المؤسسية تتطلب موجهة عراقيل ميدانية واستراتيجية والاعتراف بوجود تحديات ليس نقطة ضعف بل دليل على الاستعداد التحسين والبناء.

-السؤال الخامس عشر: هل لديكم مقترحات أو توصيات لتعزيز فعالية الاتصال والمسؤولية داخل المؤسسة؟

أجاب المبحوثين 01، 02، 03، أنه من خلال تجربتنا الميدانية داخل مؤسسة صيدال نرى أن هناك مجموعة من التوصيات التي من شأنها تعزيز فعالية الاتصال والمسؤولية داخل المؤسسة ومن أبرزها:

-فتح قنوات تواصل تفاعلية مع المجتمع.

-دمج المسؤولية الاجتماعية ضمن الجانب الاتصالي للمؤسسة والترويج لها بأسلوب إنساني.

-تحفيز الموظفين على الانخراط في المبادرات.

-تعزيز المواطنة، التضامن والاستدامة كأساس للهوية المؤسسية.

*التحليل: من خلال تحليل توصيات المبحوثين تظهر رؤية عملية واستشرافية تركز على التحسين الداخلي والتفاعل الخارجي كما أنها تقدم خطة لتحويل الاتصال والمسؤولية الاجتماعية من وظائف تنفيذية إلى أدوات استراتيجية لبناء صورة مؤسسية قوية.

7-نتائج الدراسة:

دراستنا الميدانية في مؤسسة صيدال لولاية المدية وكذا من خلال تحليلنا للمقابلات التي أجريناها فقد توصلنا إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1-تعتمد مؤسسة صيدال لولاية الندية على مجموعة من الوسائل المستخدمة في الاتصال وأهمها: الإنترنت، الهاتف، التقارير والإعلانات.

2-الاتصال العمومي أداة ضرورية ومهمة لا عنى عنها في ضمان سيرورة المؤسسة حيث يساهم بشكل كبير في الانسجام وتحقيق عمليات التفاعل داخل المؤسسة.

3-اعتمدت المؤسسة على التنويع في الوسائل وهذا من أجل ضمان وصول ضغوطات بعدة أشكال.

4-مؤسسة صيدال اعتمدت على عدة وسائل اتصال تقليدية كالملصقات ووسائل حديثة كالإعلانات والرسائل الإخبارية عبر الإنترنت تختلف باختلاف وظيفتها وطبيعة اتصالاتها مع جمهورها.

5-تسعى مؤسسة صيدال لترسيخ كل الوسائل المادية أو البشرية من أجل توظيف الاتصال والمسؤولية الاجتماعية داخليا وخارجيا.

6- يلعب الاتصال العمومي في المؤسسة دورا بالغا الأهمية في تطوير أساليب العمل وتقوية العلاقات الاجتماعية بين الموظفين.

7- مؤسسة صيدال تقوم بشكل دوري في وضع خطط تنموية تساهم في تحسين أدائها واستمرارها مستقبلا.

8- مؤسسة صيدال وبحكم موقعها تعتبر التنمية الاقتصادية ركيزة أساسية في إستراتيجية المؤسسة ومساهمة في تجسيدها وتحقيقها

خاتمة

خاتمة:

في ختام هذه الدراسة التي تناولت موضوع الاتصال العمومي وكيفية مساهمته في دعم وتفعيل المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة صيدال. يتضح أن العلاقة بين الاتصال والمسؤولية الاجتماعية هي علاقة تكاملية. تسهم بفاعلية في بناء تنمية مؤسسية ايجابية، وتعزيز ثقة المجتمع والفاعلين الداخليين والخارجيين بالمؤسسة كما أن الاتصال العمومي له دور بارز في تحقيق وتجسيد التنمية الاقتصادية والمؤسسية في عدة مجالات بالإضافة إلى ذلك أظهرت لنا نتائج المقابلات الميدانية التي أجريت مع مسؤولي المؤسسة، عن وجود وعي بأهمية هذا التكامل حتى وإن كان لا يرافقه دائما تنسيق فعال، فالمعطيات التي جمعت بينت أن هناك جهودا مبذولة في إطار الاتصال من خلال الترويج للأنشطة الاجتماعية والاقتصادية التي تقوم بها المؤسسة، ومما سبق يمكن القول أن تعزيز العلاقة بين الاتصال العمومي والمسؤولية الاجتماعية في مؤسسة صيدال لا يعد خيرا مؤسساتيا فحسب، بل هو ضرورة لتحقيق تنمية مؤسسية تستجيب لتطلعات المجتمع والبيئة الاقتصادية المعاصرة وفي الأخير نرجوا أن تكون هذه الدراسة لبنة إضافية من لبنات البحث العلمي في ميدان العلاقات العامة، كما نرجوا أن نكون قد استطعنا الإضافة ولو بالشيء القليل في بحثنا هذا.

قائمة المصادر و المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

الكتب:

1- نجلاء محمد صالح ، مهارات الاتصال الخدمة الاجتماعية ، ط1 دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن 2012
2- مدحت القريشي ، التنمية الاقتصادية ، ط1 ، دار وائل للنشر ، الأردن 2007
3- سعد طه علام ، تنمية والمجتمع ، ط1 ،مكتبة مدبولي ، القاهرة 2006
4- ممدوح مدبولي نصر ، سهام عبد العزيز مروان ، تنمية اقتصادية ، ط1 2007
5- ناصر جرادات، عزام أبو الحمام ، المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية للمنظمات، د/ ط ، دار اثراء للنشر والتوزيع الأردن.
6- أحمد عارف العساف، محمود الوادي، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والادارية ، المفاهيم والأصوات، ط1، دار الصفاء، عمان، 2011.
7- أمال عميرات، الاتصال الاجتماعي (العمومي) وأبعاده في منهج الدعوة المحمدية، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن_ عمان، 2014.
8- حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد، الاتصال نظريتها المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 1998.
9- خبابة عبد الله ،تطور نظريات و استراتيجيات التنمية الاقتصادية ، د. ط ، دار الجامعة الجديدة ، الاسكندرية، 2014.
10- ربحي مصطفى عليان، محمود غنيم، مناهج البحث العلمي النظرية والتطبيق، ط1، دار الصفاء ، عمان 2000.
11- سامية عواج وأخرون، الاتصال العمومي من النظرية إلى التطبيق، د ط، دراسة اسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2018.
12- عبد الله محمد عبد الرحمان، محمد علي البدولي، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، ب ط ، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2002.
13- عبد الله، نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة العربية، لبنان، 2006.
14- عبد الناصر جندلي تقنيات ومناهج البحث في العلوم السياسية والاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005 .

15- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2 دار القصبة للنشر، الجزائر، 2006/2004،

المذكرات:

16- بن عبو فاطمة، مولياط مليكة، التنمية الاقتصادية في البلدان النامية، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص اقتصاد وتنمية، جامعة ابن خلدون – تيارت– ، 2025/2014 .

17- الحدي عائشة، كيوص أمينة. **الاتصال العمومي ودوره في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى المؤسسات الاستشفائية**، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال والعلاقات العامة، جامعة غرداية، 2021_2020.

18- زينب حفار الساس، مريم عزوزي، أثر المسؤولية الاجتماعية في تحسين صورة المؤسسة ، مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال ، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2019 _2020.

19- صنيبة سعيدة، دحمان فاطمة، دور الأسواق المالية في تفعيل التنمية الاقتصادية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص مالية وبنوك، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2016_ 2017.

20- كمال فار، **الاتصال المؤسساتي والخدمة العمومية في الإدارة المحلية الجزائرية**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الاعلام والاتصال، تخصص الاتصال المؤسساتي، جامعة الجزائر3، 2017_2018.

21- منصوري حبيبة، دور الاتصال العمومي في بناء ثقافة الأمن الغذائي لدى المستهلك الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة يحي فارس بالمدية، 2023_2022.

22- هاجر عزي ، مريم بطاش، دور المسؤولية الاجتماعية في تعظيم الميزة التنافسية في للمؤسسة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص ادارة وتسيير المؤسسة، جامعة يحي فارس ، المدية ، 2015_2016 .

المقالات والمجلات:

23- زيتوني هوارية، مكيد علي، التنمية الاقتصادية في الجزائر بين متطلبات الحاضر و رؤية مستقبلية، المعيار، المجلد 9، العدد2، 2018.

24- سالم يعقوب، قواسمية العلمي، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل دراسة مفاهيمي، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية ، المجلد09، العدد 03، 2021.

25- سميرة لغويل، نوال زمالي، المسؤولية الاجتماعية: المفهوم_ الأبعاد_ المعايير، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد27، 2016.

26- محمد اسحاق محمد عبد الله. دور التنمية الاقتصادية في معالجة اثار الفقر وسط المجتمعات الريفية. كجلة المشكلة الاقتصادية والتنمية. المجلد 01، العدد 02، 2022.

27- نصر الدين بوزيان، **الاتصال العمومي الجزائري خلال عدوان تقنتورين**، المجلة العربية للأبحاث والدراسات في العلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد12، العدد1، جانفي 2020.

28- يموري نبيل، أهمية الاستثمار في تطوير التنمية الاقتصادية، مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد 10، العدد01، 2019.

29- مصطفى ثابت ، الفضاء العمومي وديمقراطية الاتصال في الوطن العربي ، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية ، العدد 01 ، مجلد 11 ، 2018

30- جحنيط رضوان ، الياس شويخي ، دور الاتصال العمومي في تحسين صورة الهيئات العمومية ، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي ، المجلد 08 ، العدد 02 ،2021

31- فيروز مصلح الضمور ، فوزية مقراش، أثر الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للشركات على الميزة التنافسية، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 11 ، العدد 01 ، 2018

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

جامعة يحي فارس- المدية.

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

قسم علم الإعلام والاتصال.

تخصص: اتصال وعلاقات عامة.

دليل المقابلة

- نحن طلبة السنة الثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة بصدد انجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر الموسومة بعنوان: الاتصال العمومي والتنمية الاقتصادية في الجزائر. دراسة حالة مؤسسة صيدال بالمدية لذا نرجو منكم الإجابة بل موضوعية على أسئلتنا، كما نحيطكم علما أن إجاباتكم لا تستغل لأغراض علمية

نحييكم على حسن تعاونكم.

الموسم الجامعي: 2024/ 2025.

البيانات الشخصية

الجنس:

الخبرة المهنية:

الشهادة أو التخصص:

مكان إجراء المقابلة:

تاريخ إجراء المقابلة:

أسئلة المقابلة:

1/ ما مكانة لاتصال العمومي داخل مؤسستكم؟

.....

2/ ما هي الوسائل المستخدمة في الاتصال العمومي في مؤسستكم مع الجمهور الداخلي والخارجي؟.....

.....

3/ في رأيك ما مدى وعي المؤسسة بأهمية الاتصال العمومي؟

.....

4/ ما مفهوم المسئولية الاجتماعية من طرف مؤسستكم؟ وما هو هدفكم من إجرائها؟

.....

5/ ما نوع المبادرات الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة؟ وها تندرج ضمن استراتيجية محددة؟

.....

6/- كيف يتم الإعلان أو الترويج لهذه المبادرات؟ وهل ترون ذلك كافيا؟

.....

7/- كيف يتم إشراك الموظفين في مبادرات المسؤولية الاجتماعية؟

.....

8/- كيف يساهم الاتصال العمومي في نشر قيم المسؤولية الاجتماعية داخل المؤسسة؟

.....

9/- هل برامج المسؤولية الاجتماعية لها جزء خاص من مهامكم ونشاطاتكم التي تقومون بها؟

.....

10/- هل تقوم مؤسستكم بوضع خطط تنموية على الندى البعيد؟

.....

11/- هل تأخذ التنمية الاقتصادية حيز في مؤسستكم؟ وكيف ذلك؟

.....

12/- هل يوجد تنسيق بين مصالح الاتصال والمسؤولية الاجتماعية داخل المؤسسة؟

.....

13/- كيف يمكن تطوير العلاقة بين الاتصال العمومي والمسؤولية الاجتماعية لتحقيق صورة مؤسسة قوية؟

.....

14/- ما هي برأيكم التحديات التي تواجه المؤسسة في مجال الاتصال أو المسؤولية الاجتماعية لتحقيق تنمية المؤسسة؟

.....

15/- هل لديكم مقترحات أو توصيات لتعزيز فعالية الاتصال والمسؤولية داخل المؤسسة؟

.....

الفهرس:

شكر وعرفان ..... -

إهداء1- ..... -

إهداء2.....

ملخص الدراسة:.....

مقدمة:.....أ

الإطار المنهجي **3**

1/الإشكالية:..... 4

2.أسباب اختيار الموضوع:..... 5

3.أهداف الدراسة:..... 6

4.أهمية الدراسة:..... 6

5.مفاهيم الدراسة:..... 6

6.الدراسات السابقة:..... 10

7/ منهج الدراسة:.....11

8/عينة الدراسة:..... 13

9//أدوات جمع البيانات: 15

10/مجالات الدراسة :.....15

الفصل الأول : الاتصال العمومي **16**

تمهيد: 17

المبحث الأول: ماهية الاتصال..... 18

المطلب الأول: مفهوم الاتصال Defining Communication 18

المطلب الثاني: تعريف الاتصال العمومي 20

المطلب الثالث: خصائص الاتصال العمومي 23
المطلب الرابع: المبادئ والفاعلون في الاتصال العمومي 24
المبحث الثاني: سيرورة الاتصال العمومي 29
المطلب الأول: أدوات الاتصال العمومي 29
المطلب الثاني: وظائف الاتصال العمومي 30
المطلب الثالث: أهمية الاتصال العمومي وأهدافه 35
المطلب الرابع: أنماط الاتصال العمومي 38
خلاصة الفصل: 41
الفصل الثاني: التنمية الاقتصادية والمسؤولية الاجتماعية 42
المبحث الأول: واقع التنمية الاقتصادية 43
المطلب الأول: مفهوم التنمية الاقتصادية ومجالاتها 43
المطلب الثاني: عناصر وأساليب التنمية الاقتصادية 47
المطلب الثالث: أبعاد واستراتيجيات التنمية الاقتصادية 51
المطلب الرابع: أهداف و أهمية التنمية الاقتصادية. 57
المبحث الثاني: المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالتنمية الاقتصادية. 60
المطلب الأول: تعريف المسؤولية الاجتماعية 60
المطلب الثالث: أهمية المسؤولية الاجتماعية : 66
المطلب الرابع: أبعاد المسؤولية الاجتماعية. 67
الجانب التطبيقي 71
1. تاريخ الشركة: 72
2.عرض موقع إنتاج MEDEA: 73
3. وصف مبنى الإنتاج: ..... **Erreur ! Signet non défini.**
4. القطاعات المستهدفة: ..... **Erreur ! Signet non défini.**
5- أهداف مؤسسة صيدال: 75

6-تحليل مقابلات الدراسة: 78

7-نتائج الدراسة

:.....94

خاتمة: 87

قائمة المصادر والمراجع: 89

الملاحق 90