



LARBI TEBESSI – TEBESSAUNIVERSITY

جامعة العربي التبسي-تبسة

UNIVERSITE LARBI TEBESSI – TEBESSA-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الإعلام والاتصال

الميدان: علوم إنسانية واجتماعية

الشعبة: علوم إنسانية

التخصص: إتصال تنظيمي

العنوان:

مهارات الإتصال الشخصي ولورها في تعزيز العلاقة بين العاملين

دراسة ميدانية بمعهد التعليم المهني الشريعة - تبسة-

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر "ل.م.د"

دفعته: 2019

إشراف الأستاذ

إعداد الطالب:

بلخيري رضوان

قاسمي شوقي

لجنة المناقشة :

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
د. بلغيث محمد الطيب	أستاذ محاضر - ب -	رئيسا
د. بلخيري رضوان	أستاذ محاضر - أ -	مشرفا ومقررا
أ. ربوح معمر	أستاذ مساعد - أ -	عضوا مناقشا

السنة الجامعية:

2019/2018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

بسم الله والحمد والشكر لله رب العالمين الذي بنعمته تتم

الطالحات الحمد لله الذي بتوفيقه أنجزنا هذا العمل

نتقدم بالشكر إلى كل أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال كل

أستاذ بإسمه

نشكر أعضاء اللجنة على قبولها مناقشة هذا العمل

كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى الدكتور رضوان بلخيري على

توجيهاته وصبره وعلى كل المساعدات والنصائح التي قدمها لنا

لإنجاز هذه المذكرة

إلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد في إنجاز هذه المذكرة

إلى جميع زملائنا في العمل



أهدي عملي هذا إلى :

كل طالب علم يتغني بعلمه رضا الله عز وجل.

أهدي هذا الجهد العلمي وهذا العمل المتواضع

إلى :

أمي الحنونة الغالية علي قلبي

أبي الغالي سندي في الحياة رحمه الله

إلى إخوتي وأخواتي

إلى الكتاكيت الصغار أبناء إخوتي : إسلام،

مصطفى، سند، جنى، أبرار

إلى صديقي قبل أخي رمزي

إلى جميع الأهل والأصدقاء

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
	تشكرات
	الاهداء
	فهرس المحتويات
01	الفصل المنهجي
02	مقدمة
03	إشكالية الدراسة
05	تساؤلات الدراسة
06	أهداف الدراسة
06	أهمية الدراسة
07	منهج الدراسة
07	ادوات الدراسة
09	أسباب اختيار الموضوع
09	مجتمع الدراسة
10	عينة الدراسة
12	صعوبات الدراسة
13	تحديد المفاهيم
14	الفصل النظري
15	الفصل الاول: الاتصال الشخصي ومهارات
16	المبحث الاول: ماهية الاتصال الشخصي
16	المطلب الاول: تعريف الإتصال الشخصي
17	المطلب الثاني: مميزات الإتصال الشخصي
18	المطلب الثالث: أهمية الإتصال الشخصي
20	المبحث الثاني: أساليب الاتصال الشخصي ومعوقاته
20	المطلب الاول: الاساليب الاتصال الشخصي
21	المطلب الثاني: معوقات الإتصال الشخصي
23	المطلب الثالث: قنوات الإتصال الشخصي
26	المبحث الثالث: تعريف مهارات الإتصال الشخصي
26	المطلب الاول: تعريف مهارات الإتصال
26	المطلب الثاني: أنواع مهارات الإتصال

31	المطلب الثالث: العوامل المساعدة على عملية الإتصال الشخصي أهميتها في تنمية مهارات التعامل
34	الفصل الثاني: ماهية العلاقات العامة
34	المبحث الاول: طبيعة العلاقات العامة
34	المطلب الاول: التعريف والنشأة
38	المطلب الثاني: الأهمية والأهداف
40	المطلب الثالث: مبادئ العلاقات العامة
42	المبحث الثاني: وظائف وأنواع العلاقات العامة
42	المطلب الاول: وظائف العلاقات العامة وبرامجها
46	المطلب الثاني: أنواع العلاقات العامة
51	المطلب الثالث: موقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة
52	المبحث الثالث: تنظيم العلاقات العامة
52	المطلب الاول: إدارة العلاقات العامة
52	المطلب الثاني: الشروط الواجب توفرها في إحصائي العلاقات العامة
53	المطلب الثالث: وسائل اتصال العلاقات العامة
59	الفصل التطبيقي
59	الجانب التطبيقي
60	المبحث الاول: معهد التعليم المهني المجاهد عمار بن عودة الشريعة
60	المطلب الاول: التعريف بالمؤسسة
62	المطلب الثاني: مهام ونشاطات المعهد
63	المبحث الثاني: التحليل والتقييم
63	المطلب الاول: تقييم مهارات الإتصال بالمؤسسة.
67	المطلب الثاني: تفرغ وتحليل بيانات الاستبيان لموظفي المؤسسة
78	الخاتمة
80	قائمة المصادر والمراجع
81	قائمة الأشكال
82	قائمة الملاحق

الجانب املنهجي

الفصل المنهجي

مقدمة

إشكالية الدراسة

تساؤلات الدراسة

فرضية عامة

فرضيات جزئية

أهداف الدراسة

أهمية الدراسة

منهج الدراسة

ادوات الدراسة

أسباب اختيار الموضوع

مجتمع الدراسة

عينة الدراسة

صعوبات الدراسة

تحديد المفاهيم

يعتبر الاتصال ضرورة إنسانية تملئها متطلبات الإنسان الاجتماعية والمادية ، لتحقيق التماسك بين الأفراد، والجماعات والقدرة على مشاركة الآخرين خبراتهم وأفكارهم ومعرفة حاجاتهم والعمل على تحقيقها وتبادلها.

وأى مؤسسة مهما كان طابعها تسعى إلى تحقيق أهدافها والمحافظة على استمراريتها بإتباع تنظيم إداري وهذا يتم من خلال عملية الاتصال بين مختلف أهداف الإدارة التي تقتضي إتباع طرق وأساليب وأشكال متباينة ومختلفة في الاتصال بين المسؤولين والقائمين على شؤونها لتحقيق أهدافها ووضع تخطيط فعال ومحكم يتماشى مع استمراريتها ويقائها ، وهذا لا يتحقق إلا بفهم جميع الرسائل الاتصالية والتصرف إزائها من جهة أخرى.

وقد جلب التطور الكبير في وسائل الاتصال في نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين مميزات عديدة غير مسبوقه حيث ساهمت سهولة انسياب المواد الاتصالية والمعرفية في العالم في تضائل الحدود والحواجز ، فأصبح العالم أشبه بقرية صغيرة مترابطة الأجزاء وسعت الدول النامية ومنها الجزائر إلى اكتساب تقنية الاتصال وتأسيس صناعات وطنية واتصالية لتأكيد حضورها الثقافي محليا وعالميا ، كما أدى النمو المطرد والتنوع المتواصل لوسائل الإعلام الجديدة إلى المزيد من دقة الاتصالات بكافة أنواعها ، مما زاد من فعالية الرسائل الاتصالية واختصار الوقت ، والجهد والمال وإتاحة الفرصة للاستفادة من مميزات الاتصالات بصفة عامة والاتصالات في المنظمات بصفة خاصة وهو ما يعرف بالاتصال التنظيمي ، داخل المنظمات المؤسسة

يعتبر الاتصال الإداري ركيزة أساسية داخل المؤسسات حيث يعمل على تسهيل التسيير والانسجام والتعاون بين أفرادها ، حيث نجد الإداري التنفيذي و الرئيس و المرؤوس و المعلم و المتعلم كل يقضي وقته في الاتصال ولتحقيق غايات المؤسسة لابد من ضمان التوافق بين أهدافها

وأهداف العاملين بها حتى يتكون لديهم دافعا قويا لإنجاز الأعمال المطلوبة منهم على أكمل وجه وبأحسن صورة، وهو داخل المؤسسة أمر ضروري وأساسي جدا لأنه يربط أعضاء المنظمة أو المؤسسة فيما بينهم لينشر بينهم المعلومات والأفكار والحقائق حتى يتمكنوا من أن يؤديها أعمالهم بالكفاءة الأزمة كما يساعد أيضا على نشأة التعاون في العمل ويوجه ويحفز الأفراد لأداء مهامهم على أكمل وجه .ويعمل الاتصال ويساعدهم على التعرف على محيطهم الذي يعملون فيه. وبذلك تقوم العلاقات الإنسانية الناشئة بين أفراد التنظيم أو المؤسسة بتنمية روح التعاون بين هذه الجماعات- حيث يساعد الاتصال التنظيمي الفعال على إحاطة الإدارة بالمشكلات التي تواجه العاملين ومقترحاتهم وشكاويهم للحد منها وعلاجها ، ويسهم في زيادة التقارير والتواصل بين الإدارة والعاملين في مواجهة المشكلات التي تتعلق بأدائهم وزيادة التقارب في وجهات النظر لديهم .

إشكالية الدراسة:

إن الاتصال عملية أساسية في مختلف مجالات الحياة فهو لم يعد اليوم مجرد هدف يرجى تحقيقه بل أصبح وسيلة و ضرورة ملحة لتحقيق الغايات، لكونه عملية يتم وفقها نقل الأفكار والمعلومات للأفراد والجماعات و إشراكهم فيها من خلال تبادل الآراء. وعلى اعتبار أن الإنسان اجتماعي بفطرته يولد مدفوعا نحو الاتصال ليفهم من خلاله البيئة المحيطة به فيؤثر فيها و يتأثر بها ، و نظرا لطبيعة العصر الحالي الذي يعتبر عصر التنظيمات فقد أصبح يخيل للمرء أنه عصر تنظيمي، كما يرى معظم علماء الاتصال و النفس و الاجتماع أن الإنسان في العصر الحديث لا يستطيع أن يحيا دون تنظيم وهذا ما دفع إلى الاهتمام بالاتصال الإداري.

ويعتبر الاتصال الشخصي عملية حياتية ديناميكية تمس كل قطاعات المجتمع ، تتمثل في نقل واستقبال المعلومات والفهم من شخص إلى آخر ، ، وإن مكونات تلك العملية تتغير من حيث الزمان والمكان وتتغير في المجالات والمواقف المختلفة والتي تستطيع بالضرورة استخدام أساليب مختلفة في الاتصال تبعا لاختلاف عملية الاتصال.

يدور محور الدراسة حول الكشف عن مهارات الاتصال الشخصي وعلاقته بتعزيز العلاقة بين العاملين، كما نستفسر معرفة مناخ الاتصال الشخصي وأثره على العاملين بالمؤسسة والدور الحيوي لهذه المؤسسة ومحاولة معرفة يساهم هذا النوع من الاتصال في ظل وجود العلاقات العامة حيث يكون التوجه نحو القضاء عليها من خلال ذلك فيما نطرح الإشكالية الرئيسية التالية

ما دور مهارات الاتصال الشخصي في تعزيز العلاقة بين العاملين بمعهد التعليم المهني بالشرية ولاية تبسة ؟

تساؤلات الدراسة:

- 1- ماهي اهم مهارات الاتصال الشخصي داخل معهد التعليم المهني الشريعة ؟
 - 2- فيما تتجلى العلاقات بين العاملين بمعهد التعليم المهني الشريعة على ضوء الاتصال بجميع انواعه ؟
 - 3- ماهي انواع مهارات الاتصال الموجودة داخل معهد التعليم المهني الشريعة ؟
 - 4- كيف يمكن للاتصال الشخصي الرفع من سيرورة العمل في المؤسسة ؟
- ومن خلال هذه التساؤلات قمنا بطرح فرضية عامة تتماشى مع موضوع مذكرة التخرج ملين وطرحنا بفرضيات جزئية والتالي كانت على الشكل التالي

أهداف الدراسة:

- إن دراسة هذا النوع من الإتصال يكشف النقاب عن أشكال، و مستويات و قنوات تضل مهمة، في مجتمع يعتمد أساسا على الثقافة الشفوية.

- كما بين دراسة الإتصال الشخصي ضرورة الإعتماد على هذا النوع من الإتصال، الذي أثبت فعاليته في العديد من المجتمعات ذات طبيعة تقليدية.

- إن الإتصال الشخصي قناة هامة، و مصدر لعدد لا متناه من المعلومات، والمعارف في الحياة اليومي.

- التطرق إلى واقع الاتصال الشخصي وكيفية إعداد خطط اتصالية لتأدية المهام الموكلة لكل فرد من أفراد المؤسسة.

- وجود علاقات إنسانية بين العاملين بالمؤسسة الخدماتية بمعهد التعليم المهني.

- معرفة المشاكل والعراقيل التي تحول دون وصول المعلومة إلى الأجهزة الأخرى خاصة بين المصالح.

- تناول أهم انواع الاتصال داخل المؤسسة وأنجعها في سيرورة عمل هذه الاخيرة.

- تسليط الضوء على الطرائق المنتهجة لتطوير المؤسسة الخدماتية، ومدى ارتباط موظفيها مع بعضها في ظل وجود علاقات إنسانية ومهنية.

أهمية الدراسة:

يكتسب موضوع البحث أهمية كبيرة لإرتباط بموضوع مهارات الإتصال الشخصي، ودوره في تعزيز

العلاقة بين العاملين في معهد التعليم المهني، إذ يمكننا أن نجمل أهمية الدراسة في النقاط التالية:

(1) تقديم دراسات جديدة عن الاتصال في شكله التنظيمي.

(2) إثراء المعرفة المتعلقة بالاتصال داخل المؤسسات الخدماتية وأهميتها في تطوير المؤسسة.

(3) التعرف على الوظائف الموكلة لكل فرد من أفراد المؤسسة وطريقة إيصاله للبيانات والمعلومات للزملاء العاملين معه.

(4) التطور الكبير الذي عرفه الإتصال الشخصي خاصة في السنوات الأخيرة وكيفية تأقلم المؤسسة الخدماتية مع هذا التطور.

(5) معرفة مدى تحقيق مهارات الإتصال الشخصي لنتائج المتوقعة منها.

(6) أهمية الإتصال الشخصي ذلك أن التفاعل بين أفراد داخل المؤسسة و بناء العلاقات الإجتماعية والمهنية، يتطلب الإتصال الشخصي كوسيلة إتصال.

منهج الدراسة:

المنهج كما عرفه "موريس أنجرس" هو مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة ، وبالتالي فيعتبر المنهج الوصفي التحليلي من أهم المناهج التي تهتم بجمع الحقائق وتلخيصها كما أنه مرتبط بعدة أشياء او بمعنى آخر هو المنهج الذي يدرس الظواهر الاجتماعية والاقتصادية الراهنة دراسة كيفية كما يوضح خصائصها¹.

ادوات الدراسة:

إن عملية جمع البيانات مهمة جدا في أي بحث كان وخاصة في البحوث الاجتماعية بحيث أن دقة النتائج التي يتوصل إليها الباحث ومدى صحتها وتطابقها مع الواقع تتوقف على الاختيار السليم والمناسب لأدوات جمع البيانات فهذه الأخيرة عبارة عن مجموعة من الوسائل و الطرق و الأساليب التي يعتمد عليها الباحث في الحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لإنجاز بحث حول موضوع معين.

¹ موريس، أنجرس. منهجية البحث في العلوم الإنسانية. ترجمة: صحراوي وآخرون. ط1. الجزائر: دار القصة. 2006. ص62.

وإذا كانت أدوات جمع البيانات متعددة ومختلفة فإن طبيعة الدراسة هي التي تحدد حجم ونوعية وطبيعة أدوات جمع البيانات التي يجب أن يتخذها الباحث وهنا في دراستي هذه اعتمدت على أدوات جمع البيانات الضرورية وهي:

الملاحظة

الملاحظة أو المشاهدة الحسية صالحة لإدراك و فهم الظواهر و بذلك فهي تعتبر من الوسائل الهامة لجمع البيانات الاجتماعية الوصفية لأن الباحث عندما يصف الظاهرة الاجتماعية وصفا دقيقا يترتب عليه الإلمام بمختلف جوانبها

المقابلة: هي وسيلة رئيسية في جمع البيانات فهي أكثر شيوعا و فعالية ، و تعرف المقابلة على أنها اتصال وجها لوجه يتم من خلالها طرح أسئلة محدودة للحصول على إجابات دقيقة بشأنها¹. وتعرف المقابلة في البحث العلمي بأنها اللقاء المباشرة الذي يجري بين الباحث و المبحوث الواحد أو أكثر من ذلك ، في شكل مناقشة حول موضوع معين، قصد الحصول على حقائق معنية أو آراء و موافق محددة.²

الاستبيان

فالاستبيان يقوم من خلالها المبحوث بالإجابة على الأسئلة الموجهة إليه والتي قمت بصياغتها بعد قيامي بالدراسة الميدانية والتي مكنتني من التعرف على مختلف المصالح والاقسام والفروع الموجودة في المؤسسة.

¹ -عمار بوحوش، دليل الباحث في علوم الاعلام و الاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2003 ص 214،
² - فاروق يوسف احمد، وسائل جمع البيانات ، مكتبة عين شمس، ط3 القاهرة، 1985، ص.86.

أسباب اختيار الموضوع:

تتمثل أهم الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار الموضوع فيما يلي:

- 1/ الدور الفعال والقوي الذي تلعبه مهارات الاتصال الشخصي داخل المؤسسات وخاصة الخدماتية.
- 2/ معرفة طرق الاتصال الشخصي المتبعة داخل المؤسسة ومدى تأثيرها على علاقات بين العاملين.
- 3/ تكوين صورة تتسم بالوضوح والشفافية لموضوع الاتصال الشخصي والمهارات المعتمدة.
- 4/ الغموض الذي يكشف الأسلوب المتبع في الاتصال بين الرئيس أو المدير والمرؤوسين خاصة في المؤسسة في ظل وجود العلاقات العامة.
- 5/ تماشي الموضوع مع تخصصنا والحصول على شهادة ماستر.
- 6/ اسقاط ما هو مدرس نظريا على الميدان وتوضيح النقائص ان وجدت.
- 7/ نقص الدراسة في هذا الموضوع لارتباط مهارات الاتصال الشخصي بالعلاقات العامة والمهنية.

مجتمع الدراسة:

يعرف المجتمع على أنه مجموعة عناصر له خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى ، والتي يجرى عليها البحث .وتعتبر عملية تحديد مجتمع البحث خطوة جد هامة في البحث العلمي إذ تتوقف عليها مراحل البحث العلمي ، إذ لا بد على الباحث أن يتعرف على مجتمع البحث الأصلي قبل الشروع في إنجاز بحثه لأنه على أثر تحديد مجتمع البحث او الدراسة وتحدد طريقة جمع البيانات.

ويمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في مجال المؤسسة الخدماتية معهد التعليم المهني

الشرعية.

عينة الدراسة:

إن أهم الخطوات التي يمر بها الباحث، هو اختيار عينة بحث ممثلة تمثيلاً صحيحاً للمجتمع الأصلي فمن الضروري أن تحمل العينة المختارة جميع خصائص ومميزات المجتمع المأخوذ كي تكون نموذجاً صحيحاً على المعلومات المراد جمعها ففي أي دراسة يصعب على الباحث أن يدرس كل مفردات المجتمع الأصلي على حدى خاصة إذا كان عدد أفراد المجتمع الأصلي كبير لذلك وجب توفر عينة تتميز بجميع الشروط الأساسية الملائمة لطبيعة الدراسة فبدلاً من إجراء البحث أو الدراسة على كل مفردات المجتمع الأصلي يتم اختيار جزء من تلك المفردات بطريقة معينة وعن طريق ذلك الجزء يمكن تعميم النتائج التي تناولها الباحث والتي تدور حول مهارات الاتصال الشخصي و دورها في تعزيز العلاقة بين العاملين داخل مؤسسة خدماتية ارتأيت أن العينة القصدية هي الأنسب لتحقيق أهداف الدراسة بحكم عدة أسباب منها حداثة نشأة المعهد وتوفره على عدد من العاملين يقدر بـ: 25 عامل (مرسمين ومتربصين ومتعاقدين وعقود ادماج حاملي الشهادات).

الدراسات السابقة:

إن الرجوع إلى الدراسات السابقة هو أن يبدأ الباحث من حيث توقف الآخرون للاستفادة مما توصلوا إليه من نتائج علمية و ليكون بحثاً مجدداً لا تكرر فيه للبحوث السابقة ، لكي لا يفقد القيمة الواجب توافرها في كل بحث علمي ، وفي مجال هذا البحث قد عرفت دراسات تناولت الموضوع من زاوية مختلفة عن التي تطرقنا لها، لكنها قليلة ، أي أن هذه الدراسات اهتمت أكثر بالعلاقة في حد ذاتها بين المكتبي والمسؤول.

الدراسة الأولى:

تتمثل في رسالة ماجستير جامعة القدس المفتوحة ، سنة ، 2001 من إعداد الباحث د . مصلح عطية، جاءت تحت عنوان: " أثر نظام الاتصالات الإدارية في الأداء من وجهة نظر الموظفين " ¹ وتحليل النتائج واستخلاصها.

هدفت هذه الدراسة للتعرف على اثر نظام الاتصالات الإدارية في الأداء من وجهة نظر الموظفين الإداريين والمشرفين الأكاديميين في جامعة القدس المفتوحة في محافظات الشمال.

تكونت عينة الدراسة من 128 موظفا ومشرفا أكاديميا من أصل 329 أي ما نسبة 39% من المجتمع الإحصائي وقد وزعت الاستبيانات على كافة دوائر ومركز رئاسة الجامعة وكذلك مناطق الجامعة التعليمية المنتشرة في محافظات الشمال.

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك اثر ايجابي لنظام الاتصالات الإدارية المعمول به في جامعة القدس المفتوحة في الأداء حيث أنت درجة الاستجابة بين مرتفعة إلى مرتفعة جدا على جميع مجالات الدراسة الخمس.

لم تظهر نتائج الدراسة أي فروق ذات دلالة إحصائية لأثر نظام الاتصالات الإدارية في الأداء تبعا للمتغيرات الديموغرافي.

¹ - http://www.hebron.edu/docs/journal/v4-2/HumanitiesVol4No2-417-445.pdf يوم 2019/04/14 على الساعة 16.44

صعوبات الدراسة

- نقص الدراسات في مثل هذا الموضوع وتوفر بحيث كانت دراسات تهتم بالاتصال الشخصي او تهتم بالعلاقات العامة في المؤسسة.
- نقص المراجع و الكتب في الموضوع خاصة التي تتكلم عن مهارات الاتصال الشخصي.
- القيام بهذه الدراسة في المؤسسة وظروف العمل المحيطة به التي ساهمت عرقلة سير الدراسة في بعض الاحيان نظرا لحدثة نشأة المعهد.
- القيام بهذا العمل فرديا وضيق الوقت خاصة في ظل الاحداث الاخيرة وتحكم عدة عوامل ساهمت على وجود نقائص في العمل.

تحديد المفاهيم:

تعريف الاتصال

لغة : في اللغة العربية كلمة الاتصال كلمة مشتقة من مصر وصل الذي يعمل معنيين الصلة والبلوغ فالأولى تعني الربط بين شيئين أما الثانية فهي البلوغ إلى الانتهاء إلى غاية ما.

وكلمة اتصال مشتقة من الأصل اللاتيني Communis بمعنى عمومي أو شائع ويعني في اللغة الإنجليزية Communism، وبذلك فإن الأصل اللاتيني للكلمة تمكن أن يعبر عن ما يؤول إلى المجموع أو ينتقل إليهم أو منهم بصورة مشتركة .

اصطلاحاً : يعرفه أندرسون بأنه النقل والاستلام مع الفهم للخواطر والتعليمات والمعلومات ، ويعرفه نيجرو Nigro بأنه العملية التي تجعل أفكار الشخص ومشاعره معروفة للآخرين .وجاء الاتصال في قاموس المصطلحات الإعلامية بأنه انتقال المعلومات أو الأفكار الإعلامية وانتقال المعلومات والاتجاهات والعواطف من شخص أو جماعة إلى شخص أو جماعة أخرى ، من خلال الرموز ويوصف الاتصال بأنه فعال حينما يكون المعنى الذي يقصده المرسل¹.

تعريف المهارة هي : أداء مهمة ما أو نشاط معين بصورة مقنعة وبالأساليب والإجراءات الملائمة وبطريقة صحيحة .المهارة هي : التمكن من إنجاز مهمة معينة بكيفية محددة، وبدقة متناهية وسرعة في التنفيذ².

تعريف مهارات الاتصال³ : مهارات الاتصال هي المهارات التي يستخدمها الأفراد في حياتهم العملية، بهدف نقل المعارف والأفكار والمشاعر من شخص إلى شخص آخر عن طريق وسيلة من

¹ - محمد ،أبو سمرة. الاتصال الإداري والإعلامي. ط1.الاردن: دار أسامة. 2008 . ص ص 15-30.

² - <http://www.uobabylon.edu.iq> يوم 2019/03/24 على الساعة 15.00

³ - <https://www.mosoah.com/> يوم 2019/03/24 على الساعة 15.42

وسائل الاتصال شفوية كانت أو كتابية، أو حتى عن طريق التعبيرات الوجهية أو الجسدية من شخص إلى آخر، وتقاس مدى كفاءة وسائل الاتصال بقدرتها في توفير الوقت والجهد لمن يستخدمه

تعريف المؤسسة العمومية: هي الخلية الأساسية للاقتصاد الوطني رأس مالها تابع للقطاع العام أي الدولة، ويكون التسيير فيها بواسطة أشخاص تختارهم الجهة الوهمية، تتميز بإمكانيات مادية، وإدارية ضخمة توفرها الدولة ومجموعة من التسهيلات والإعفاءات القانونية والإدارية¹

- يعرف الدكتور ناصر لباد المؤسسة العمومية بأنها شخص معنوي الهدف من إنشائها هو التسيير المستقل لمراقف عمومية تابعة للدولة أو المجموعات المحلية .

تعريف المؤسسة العمومية إجرائيا

أنها مؤسسة ذات شخصية مستقلة تنشئها الدولة، وتمتلكها الدولة من غير مساهمين تكون مسؤولة أمام سلطة تشريعية ممثلة بالوزير المختص أو بمجلس إدارة تعينه السلطة التنفيذية، يكون لها حساباتها المستقلة وتدار وفقا لأساليب المشروعات الخاصة تخضع للمحاسبة العامة.

¹ - بغداد كمال، النظام القانوني للمؤسسة العامة المهنية الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، رفع قانون المؤسسات، كلية الحقوق، إشراف عمار عوابدي، السنة الجامعية، 2011/2012 ص 15.

الجانب النظري

الفصل الاول: الاتصال الشخصي ومهارات

المبحث الاول: ماهية الاتصال الشخصي

المطلب الاول: تعريف الإتصال الشخصي

المطلب الثاني: مميزات الإتصال الشخصي

المطلب الثالث: أهمية الإتصال الشخصي

المبحث الثاني: أساليب الاتصال الشخصي ومعوقاته

المطلب الاول: الاساليب الاتصال الشخصي

المطلب الثاني: معوقات الإتصال الشخصي

المطلب الثالث: قنوات الإتصال الشخصي

المبحث الثالث: تعريف مهارات الإتصال الشخصي

المطلب الاول: تعريف مهارات الإتصال

المطلب الثاني: أنواع مهارات الإتصال

المطلب الثالث: العوامل المساعدة على عملية الإتصال الشخصي وأهميتها في تنمية

مهارات التعامل

الفصل الثاني ماهية العلاقات العامة

المبحث الاول: طبيعة العلاقات العامة

المطلب الاول: التعريف والنشأة

المطلب الثاني: الأهمية والاهداف

المطلب الثالث: مبادئ العلاقات العامة

المبحث الثاني: وظائف وأنواع العلاقات العامة

المطلب الاول: وظائف العلاقات العامة وبرامجها

المطلب الثاني: أنواع العلاقات العامة

المطلب الثالث: موقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة

المبحث الثالث: تنظيم العلاقات العامة

المطلب الاول: ادارة العلاقات العامة

المطلب الثاني: الشروط الواجب توفرها في اخصائي العلاقات العامة

المطلب الثالث: وسائل اتصال العلاقات العامة

الفصل الأول

المبحث الأول: ماهية الإتصال الشخصي

المطلب الأول : تعريف الإتصال الشخصي

تعريف الاتصال الشخصي هو الإتصال الذي يكون بين شخصين أو فرد آخر أو بين مجموعة قليلة من الأفراد، و بين مجموعة أخرى أو هو العملية التي يتم خلالها تبادل رسائل شخصية و جسدية تساهم في استحداث، و بناء علاقات بينهم سلبيا أو إيجابيا.

هو الإتصال يتم بين مرسل و مستقبل وجها لوجه دون استخدام وسائط الإتصال الجماهيري¹.

و يشير مفهوم آخر للإتصال الشخصي بأنه أكثر نسبة للموضوعات المعقدة و المثيرة للجدل "controversial" و التي يعقل مناقشتها أولا، ثم يثبت و هذا النوع من الإتصال هو إحدى أنواعه و أقربها إلى النفس و أكثرها فائدة لصالح العمل.

كما يعتبر الإتصال الشخصي هو ذلك المستوى من الإتصال، الذي يحدث بين فردين أو أكثر، هو الذي يمثل التفاعل المتبادل بين إثنين أو أكثر و لهذا يسمى هذا المستوى إتصالا ثنائيا (dyadic) أو ثلاثيا (tridic) طبعا لعدد المشاركين فيه، و هذا النوع يحدث يوميا بين فردين أو كلاهما غير بشري، مثلما يحدث بين حاسوبين آليين أو بين السائق و إشارة المرور كنظام بشري و آلي معا².

¹ - بسام عبدالرحمان المشاقفة: نظريات الإتصال، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2011، ص: 88

² - عبدالحافظ محمد سلامة، الاتصال وتكنولوجيا التعليم، دار الياز لعلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص: 32

الفرق بين الإتصال الشخصي والإتصال الجماهيري

التسلسل	الخاصية	الإتصال الشخصي	الإتصال الجماهيري
1	سريات الرسالة	باتجاهين	باتجاه واحد
2	الرجع	كبير	محدود
3	وضع الإتصال	وجهاً لوجه	المرسل لا يرى المتلقي
4	إمكانية الوصول إلى جماهير كبيرة جداً	بطيئ	سريع
5	التأثير	تشكيل الإتجاهات و تغييرها	تغيير المعرفة

جدول رقم (1) الفرق بين الإتصال الشخصي و الإتصال الجماهيري¹

المطلب الثاني: مميزات الإتصال الشخصي:

يتميز الإتصال الشخصي كما أشار (شاوي 2003) بما يلي:

- إنخفاض تكلفة الإتصال بالقياس إلى الوسائل الأخرى، و يتطلب ذلك جمهوراً معروفاً و محدداً و غير مشتت
- إمكانية إستخدام اللغة المناسبة لمستوى الأفراد الذين تتحدث إليهم.
- تلقائية الإتصال التي تظهر بوضوح في المحادثات الغير الرسمية و اللقاءات العابرة.
- إرتباط التأثير في مجال نشر المعلومات و الإقناع بتدعيم الإحساس بمصداقية و ثراء خبراته.
- يحدث الإتصال الشخصي في جو إجتماعي عن طريق وجود المرسل المستقبل في نفي المكان و الزمان، يتيح له فرصة التعارف فيما بينهم عن قرب و رفع حواجز التكلفة، و إصفاء جو من الرد على الإجتماع و تقوية العلاقات الشخصية عن طريق بناء جسور الثقة و الألفة بينهما.

¹- كامل خور رشيد مراد: الإتصال الجماهيري " تطور، الخصائص، النظريات"، دارالمسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص231

- يتيح الإتصال الشخصي الفرصة للمشاركين في الإتصال تحديد أهدافهم المشتركة و تطوير أو تعديل رسائلهم الإتصالية عن طريق زيادة و حذف أو إكتشاف معلومات جديدة ذات قيمة عالية بالنسبة لهم.
- الإتصال الشخصي من المشاركين في الإتصال يتحققون من رسائلهم قبل بثها و يردون عليها بدقة، و يستخدمون الوقت بشكل هادف لتعديل رسائلهم الإتصالية.
- أن يتم بحضور الحواس الإنسانية لدى المشاركين في الإتصال بحيث يستمعون إلى بعضهم و يتبادلون النظرات و المعلومات بشكل منطوق و مكتوب، و إشارات و لغة جسم أي أن قنوات الإتصال الشخصي هي الحواس الإنسانية بشكل خاص السمع و اللمس و البصر¹.

المطلب الثالث: أهمية الإتصال الشخصي

مما لا شك فيه الإتصال الشخصي يعتبر الأساس الأغلب للعمليات الإعلامية و الإتصالية في أي مجتمع، و تنتسب إليه مقدرة عظيمة على التأثير في الأفراد قد تعوق كثيرا وسائل الإعلام العامة و يحصر كل من :

❖ كاتز Katz و بول لازار سفيلد **paullazarsfeld** العوامل التي تجعل من الإتصال الشخصي قوة لها

تأثيرها و فعاليتها في توجيه الرأي العام في ما يلي:

- من السهل أن ينصرف الفرد عن المواد الإعلامية التي لا يتفق مع آرائه و ميوله التي ينشرها أو تذيبها ووسائل الإعلام الجماهيرية، بينما ليس من السهل أن ينسحب الفرد من الحديث مع زميل أو قريب أو صديق
- يتيح النقاش المباشر مرونة أكبر في عرض وجهات النظر و الأثير في الأفراد .
- في حالة الإتصال الشخصي المباشر يصبح من السهل تقديرك الفعل مباشرة و تغيير أسلوب المواجهة طبقا لذلك.

¹ - تسيير مشاركة: مبادئ في الإتصال، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2008، ص125

- من السهل أن يقتنع الأفراد بوجهات نظر افراد معروفين لديهم و موضوع ثقة، بينما ليس يتصل به دون حاجة إلى إستخدام أسلوب التعريف المباشر الذي قد ينفّر منه بعض الأفراد.
- فعلا عما يتميز به الإتصال الشخصي بالتجارب و الحيوية و المرونة¹.

¹ جمال العيفة: الإتصال الشخصي و دوره في العمل السياسي، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الإتصال، الجزائر، 2009، ص 39

المبحث الأول: أساليب الاتصال الشخصي ومعوقاته

المطلب الأول: أساليب الإتصال الشخصي

في مجال الاساليب الاتصالية الشخصي، نجد أن هناك اساليب عديدة إتفق عليها الباحثون¹، وأما عن استخدامها في العلاقات العامة فنجد انها تعتمد على العملية الإتصالية بين المرسل والمستقبل داخل المؤسسة وخارجها عن طريقها نقل المعلومات ، إذ تنقسم هذه الأساليب إلى ثلاث أنواع² : الاتصال الكتابي الاتصال الشفوي ، الإتصال غير اللفظي.

01- الإتصال الكتابي : يتم الاتصال الكتابي عن طريق الكلمات المكتوبة التي يصدرها المرسل إلى المستقبل ، ويعتبر هذا الأسلوب من أهم الأساليب الاتصالية في المؤسسة ولكي يتحقق يجب أن تتسم الكلمات المكتوبة بالبساطة ، والوضوح والدقة. كما تتم من خلال قنوات الاتصال الشخصي والجماهيري و منها : الرسائل الداخلية المذكرات التقارير القرار المناشير الإعلانات ونجدها أيضا على شكل : مجلة المؤسسة - صندوق الإقتراحات .

يتميز الأسلوب الكتابي أنه يمكن من الرجوع إلى الكلمات المكتوبة كلما دعت الحاجة إلى ذلك، كما يحمي المعلومات من التحريف والتشويه.

02- الإتصال اللفظي (الشفوي): كما يمكن كذلك أن تتم العملية الاتصالية في المؤسسة من خلال الأسلوب اللفظي أو الشفوي ، أي عن طريق الكلمات المنطوقة ، وهذا الاسلوب يتميز عن الاسلوب الكتابي بانه أكثر سهولة و أكثر استخداما ، خاصة في المواضيع التي تحتاج إلى شرح و تفسير . حيث يمكن الاجابة عن التساؤلات المطروحة بوضوح وفي الحال وهو نوعان : اتصال شفوي مباشر واتصال شفوي غير مباشر ، أو باستعمال وسيط. يتطلب الاتصال الشفوي ، المباشر حضورا جسديا لكل من المرسل والمستقبل ويتجسد ذلك في المقابلات والإجتماعات في

¹ زيدان عبد الباقي ، وسائل واساليب الإتصال، الطبعة 2، مصر ، مكتبة النهضة المصرية القاهرة .1979، ص 17

² الامين بلقاضي ، <<إتصال داخل المؤسسة>>،مجلة العلوم الإنسانية،العدد :02 الجزائر،ديسمبر 2014 ، ص 73.

حين أن الاتصال الشفوي غير المباشر ، يتم عادة باستعمال الوسائل السمعية كالهاتف البريد الالكتروني الذي يعتبر الوسيلة المركزية والأكثر إستعمالا في المؤسسة.

3- **الإتصال غير اللفظي** : إلى جانب النوعين السابقين ، نجد كذلك الأسلوب غير اللفظي ويتميز هذا الأسلوب بتأثيره السريع وقدرته في نقل المعلومات والحالة الإنفعالية كما يصعب التحكم فيه لأنه غالبا ما يتم بتلقائية وعفوية . من أهم السوكات غير اللفظية بحد حركات الجسم ، تقاسيم الوجه ، التمرکز عند التحدث مع الآخر المستقبل بالإضافة إلى التقارب الذي يمثل المسافة التي تفصل بين المرسل والمستقبل . من أهم الوسائل غير اللفظية ، التي يمكن أن تجدها في المؤسسة : الفيديو أو الإتصال التصويري ، الذي يتم عن طريق استخدام الصور والرسومات، لنقل المضمون الاتصالي¹.

مما سبق ذكره نجد أن العلاقات العامة تستخدم كافة الاساليب الاتصالية المتنوعة ، في مزيج اتصالي متكامل لتحقيق الأهداف المسطرة من طرف المؤسسة.

المطلب الثاني: معوقات الإتصال الشخصي

تتعرض عملية الاتصال إلى مشكلات قد تحدث في أي مرحلة من مراحل الاتصال وفي أي وقت من أوقاته، وقد تنتج هذه المعوقات عن المرسل أو الرسالة أو المستقبل أو قناة الاتصال أو الظروف البيئية والخارجية المحيطة بالعملية.

ويقصد بمعوقات الاتصال جميع المؤثرات و المشاكل التي تصادف عناصر العملية الاتصالية و تؤثر على نأديتها للدور المنوطة به الامر الذي ينعكس على اتمام عملية الاتصال على الصورة المطلوبة أو المرغوب فيها و المحققة للهدف المرجو منها ومن اهم المعوقات² :

¹ الامين بلقاضي ، نفس المرجع السابق ، ص 75

² محمد صاحب سلطان ، العلاقات العامة ووسائل الاتصال، ط1، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2011، ص 102.

1- **المعوقات الفردية:** ترجع هذه المعوقات إلى أن الأفراد مختلفون، و تنعكس مثل هذه الإختلافات على طريقة فهم اللغة المستخدمة بينهم بل و على طريقة إستخدام اللغة ذاتها. فاللغة وبخاصة عندما تكون غير واضحة أو غامضة أو عند استخدام اللغة أو المتخصصة في غير مناسبتها وقد تشكل طريقة استخدام اللغة المستقبل ، وتعتبر اللغة الأجنبية و إختلاف اللهجات وإختلاف مدلولات الألفاظ بين البيئات المختلفة عائقا كبيرا ، ومن مشكلات اللغة أيضاإساءة تفسيرها من قبل المستقبل ، وعدم القدرة على التعبير وعدم القدرة على الكتابة أو القراءة أو التحدث عند احد اطراف عملية الاتصالات (المرسل او المستقبل او كلاهما).

2. **المعوقات المرتبطة ببيئة العمل:** و التي يمكن إجمالها في العديد من الأشياء منها تحول رجل الإدارة العليا إلى المعوق الأكبر في نظر أفراد التنظيم، في عدم رغبة هذا الفرد في الإتصال بالعاملين في منظمته أو عدم وجود سياسة واضحة للإتصال، فضلا عن عدم فاعلية القيادة الإدارية، كعدم وجود خريطة تنظيمية واضحة ، قصور أنظمة وقنوات الاتصال المتوفرة لدى المؤسسة ، عدم وجود نظام للمعلومات عدم استقرار التنظيم الإداري ، غموض السلطة التي تصدر الأوامر وعدم وضوح نطاق السلطة والإشراف.

3. **المعوقات الميكانيكية:** تعكس هذه المعوقات عدم وجود قنوات إتصال فعالة، و يمكن إجمال هذه المعوقات بمايلي:

أ. **الهيكل التنظيمي:** و هو تعبير عن مجموعة العلاقات بين جميع مكوناته، وعليه فإن أي تجاهل للمبادئ السليمة للتنظيم أو الخروج عليها سيؤدي ولا شك إلى الإقلال من فاعلية عملية الإتصالات لعدم وضوح الإختصاصات و السلطة المسؤولية، وعدم توفر قنوات كافية ومناسبة للاتصال ، عدم فعالية القنوات المستخدمة ، مشكلة الشويش على القنوات المستخدمة سواءا القنوات المتوفرة ومعوقات ناتجة عن طبيعة شبكات الاتصال المستخدمة.

ب. **المسؤولية الوظيفية:** السبب في عدم فاعلية نظام الإتصالات إلى عدم وجود وظيفة خاصة بالإتصالات يشرف عليها شخص مسؤول.

ج. التباعد الجسماني بين الأفراد: تملي طبيعة العمل و خاصة في المنظمات الكبيرة الحجم، أن يتباعد الأفراد عن بعضهم تباعدا جسمانيا، و في هذه الحالة قد تقل فاعلية عملية الإتصالات، نظرا لعدم تأكد المرسل من قيام الملتقى بإستلام الرسالة المرسلة له و فهمها فهما صحيحا، بالإضافة إلى مشاكل اللغة و إستخداماتهما.¹

المطلب الثالث: قنوات الإتصال الشخصي

قنوات الإتصال الشخصي غيرالمباشر الإلكترونية

أ- الهاتف: يعد الهاتف من القنوات الإتصالية غير المباشرة الإلكترونية المهمة التي يستخدمها فيها للإدارة العلاقات العامة و الإدارات الأخرى في المنظمة للإتصال بين مختلف الإدارات و مختلف العاملين داخل المنظمة.

بالفاكس: عبارة عن جهاز قريب الشبه بالآلة الكاتبة يقوم لمهمة الإرسال و الإستقبال من مميزاته الفنية قيام المرسل بإدارة رقم معين " كود" للحصول على خط إتصال، فإذا أعطى السماح يبدأ في المستقبل في الجهة المستقبلية. كتابة رسالته التي تستقبل أوتوماتيكيا على التيلكس

ج الفاكسيميلي: ويعد القناة الإتصال الشخصي غير المباشر الإلكتروني تتفوق بقدرتها على إرسال الوثائق والصور والرسوم.

د- الأنترنت: هي شبه علمية تربط الآلاف من الحواسيب الصغيرة وبالتالي ملايين من الحواسيب على بيان مستوى العالم، وهيت عملك طريقة لفعل البيانات وتستعمل بشكل خاص البريد الإلكتروني.²

1- عبد الحميد عطية، محمد محمود مهدي، الإتصال الجامعي، الإتصال الإجتماعي وممارسة الخدمة الإجتماعية، مصر: المكتب الجامعي الحديث 2003 ص 71.
2- محمد صاحب سلطان: العلاقات العامة و وسائل الإتصال، دار المسية للنشر و التوزيع، عمان، 2011، ص ص: 159، 160

قنوات الإتصال الشخصي غير المباشر "غير الإلكترونية"

أ- **التقارير:** يوصف التقارير بأنه عرض للحقائق الخاصة لموضوع أو مشكلة أو ظروف أو أحداث أو أقوال معينة، تحلل بطريقة مبسطة مع ذكر الإقتراحات التي تتماشى مع النتائج التي يتم التواصل إليها البحث و التحليل و بعد التقرير قناة مهمة من قنوات الإتصال داخل المنظمات على إختلاف أنواعها أهمها:

التقارير الإخبارية، التقارير التحليلية، و التقارير الدورية و التقارير الإحصائية و التفسيرية.

ب- **الخطابات والرسائل:** هي قناة من قنوات نقل الأفكار بالكلمة و تنقيد بالإتصال السريع مع الفئات الجماهيرية و تنسم ب:

- تعد من القنوات الشائعة للإستخدام في العلاقات العامة.

- تعكس هذه الرسائل الطبيعية الشخصية للإتصال إنطباعات إيجابية لدى المستعمل حول المرسل و مدى إهتمامه بالظرف الآخر.

ج- **لوحة الإعلانات:** من أبرز خصائصها و مميزاتها :

لا تخلو منظمة من المنظمات العامة و الخاصة من لوحة الإعلانات التي باتت تمثل قناة قديمة حديثة لإيصال المعلومات و الأفكار¹.

- 4 قنوات الإتصال الشخص المباشر:

تعد الكلمة المسموعة المنطوقة هذه أقدم قنوات الإتصال و أقلها تكلفة في نقل المعلومات و هي أداة ذات تأثير في مجال العلاقات العامة وفق مزايا أهمها:

- تتيح فرصة عامة للإستفسار و الإيضاحات بين أطراف الإتصال حول المستوى الرئيسي للإتصال.

¹- محمد صاحب سلطان: مرجع سابق، ص، ص 166-169

أ- **الإجتماعات:** هي لقاءات بين عدد من الأفراد يبحثون عن مشكلة معينة أو لنقل وجهة نظر محددة. فتكون هذه الإجتماعات دورية أي تعقد كل مدة محددة أو الإجتماعات الداخلية التي تعقد على مستوى الإدارة العليا أو الوسطى أو الدنيا.

ب- **المقابلات الشخصية:** تعد من القنوات الإتصال الشخصية المباشرة المهمة لأنها تحدث وجها لوجه كما أن لها قواعد و أصول يجب أن ينقلها المقابل و المستقبل الذي يجري معه المقابلة. من مبادئها السياسية أن تكون شخصية المسؤول أو القائم بالإتصال قوية و ذات حضور جيد. ضرورة أن يعد لها بشكل جيد و جذاب.

ج- **الزيارات:** تعد من المجالات الحيوية. من ضوابط الأداء المتقن في إستخدام تلك القناة بشكل سليم و أن يرافق الوفود الزائرة المدربين على حسن المقابلة.

المبحث الثالث: تعريف مهارات الإتصال الشخصي

المطلب الاول: تعريف مهارات الإتصال:

و هو نشاط عضوي إرادي مرتبط باليد او اللسان او العين أو الأذن و يتوقف الاتصال الفعال على مدى اتقان مهاراته و التحكم فيها ، ويكتسب أهمية من القدر الزمني المبذول في مزاولته كنشاط رئيسي من جهة و كظاهرة اجتماعية من جهة أخرى كما انما ذلك النجاح الذي يحرزه الفرد و يركز على قدراته على الاتصال فالشخص العاجز عن الاتصال مع الاخرين هو شخص فاشل¹ " و اذا كانت الطريقة تعني و وسيلة عمل شيء فالمهارة تعني القدرة على عمل شيء ، وهي درجة الكفاءة و الجودة في الاداء و منها القدرة على استخدام المعلومات بفاعلية و التنفيذ و الاداء بسهولة و يسر ، كما انها نشاط هادف يتطلب تدريباً و ممارسة منظمة.²

المطلب الثاني أنواع مهارات الإتصال

تتطلب عملية الاتصال في مختلف مستوياتها وظروفها مهارات اساسية يجب على المراسل و المستقبل أن يتقنها ، كما يمكنه تطويرها بنفسه من خلال القراءة والتعلم والخبرة في المواقف المختلفة³ - التي تحتاج إلى عمليات اتصال بأشكالها وأنواعها المختلفة، وتتخلص هذه المهارات فيما يلي:

1- مهارة القراءة: تعد القراءة واحدة من المهارات التي لا يمكن الاستغناء عنها في مختلف مراحل التعلم والحياة، من خلالها يتعلم الفرد كيف يقرأ ويفهم ويتخيل ويقارن ويستنتج ، و بالتالي تساهم القراءة في تطوره العقلي والعاطفي والاجتماعي.

¹ - أسعد الزغبى، مهارات الإتصال، ج2، مطبوعة الجامعة الأردنية ، دت، الأردن، ص21

² - منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، المكتب الجامعي الإسكندرية 2002. مصر ، ص 43.

³ - ربحي مصطفى عثيان، عدنان محمود الطوباسي، نفس المرجع السابق ، ص 143.

وتعد القراءة من أهم اساليب اكتساب المعرفة والثقافة والحصول على المعلومات من مصادرها المختلفة كالكتب والمجلات والجرائد والقصص والبحوث والدراسات وغيرها من المطبوعات وعلى الرغم من منافسة المواد السمعية والبصرية للمواد المطبوعة ، إلا أن القراءة لا زالت تلعب دورا متميزا في مجال التربية والثقافة والعلوم.

2- مهارة الكتابة: تعد مهارة الكتابة مهارة اساسية وضرورية للاتصال الكتابي والكتابة ليست مهارة طبيعية بل تحتاج إلى تدريس منتظم ودقيق فيجب أن تدرب اليد على الحركات المعقدة للقيام بكتابة كل حرف كما ويجب أن تعمل اليد والعين معا في هذه المهارة وهي مصادر ثابتة للاعلام و الاتصال¹.

ويعد الاتصال الكتابي أكثر رسمية من الاتصال الشفوي ولهذا يستخدم كثيرا في الادارة والعلاقات الرسمية، وتعتمد مهارة الكتابة على استخدام قواعد اللغة وعلى المهارة في عرض المادة المكتوبة ولهذا يجب أن تكون الرسالة المكتوبة كاملة في ذاتها . وتعرف الكتابة بانها: نظام للاتصال الانساني بوساطة الرموز البصرية او الاشارة. وهي طريقة مباشرة التسجيل وايصال الأفكار والمعلومات وهي نتاج للعقل واليد معا في تمثيل مرئي و مسجل على الورق وقد أنتجت لنا التكنولوجيا الحديثة العديد من طرق الاتصال الكتابي الأخرى مثل الكتابة من خلال معالج النصوص في الحاسوب.

3- مهارة التحدث: يعد التحدث فنا ومهارة وموهبة فهو فن لانه شخصي أي يعتمد على شخصية الانسان ومقدار حماسه وابداعه، وهو مهارة لانه يحتاج إلى التنمية والتدريب والتحسين للوصول إلى الأفضل وهو موهبة لان العوامل السابقة وحدها لا تصنع المتحدث الناجح والمؤثر في الاخرين. ويجب أن نعرف أن مهارة التحدث كواحدة من مهارات الاتصالات الاساسية تكتمل

¹فؤاد شعبان، عبدة صبطي، تاريخ وسائل الإتصال و تكنولوجيااته الحديثة، لجزائر ، دار الخلدونية للنشر و التوزيع 2012 ، ص 13

وتتكامل مع المهارات الأخرى اللازمة للاتصال الناجح والفاعل وهي مهارة الكتابة والقراءة والاصغاء، والتي يجب أن تتوافر جميعاً لدى المتحدث، ويمكن القول أن أهم خطوة للحديث الناجح هي الإعداد المسبق له وهذه الخطوة تحتاج إلى ما يلي:

- 1- التعرف على الجمهور المستمع من حيث خصائصه وصفاته: حجم الجمهور مستوى أعمارهم مستوياتهم التعليمية، اتجاهاتهم نحو الموضوع ونحو المتحدث (..... الخ).
- 2- في اختيار الموضوع: وهنا يجب على المتحدث مراعاة ما يلي:
 - اختيار الموضوع الذي يعرف عنه كثيراً.
 - أن يحدد الموضوع بدقة، ويجمع عنه المعلومات الكافية لتغطيته و المناسبة لمدة الحديث. -
 - ان يضع في اعتباره اهتمامات الجمهور وما يشغلهم.
 - أن يجعل نبرات صوته ملائمة لموضوع الحديث.
 - ابتعد عن التهديد في المناقشة.¹
- 3- تحديد الغرض من الحديث .
- 4- جمع المعلومات .
- 5- تنظيم محتوى الحديث في نقاط رئيسية منظمة حسب أهميتها للاحداث انطباع جيد عن الجمهور.
- 6- طريقة تقديم الحديث.

ويؤثر مظهر المتحدث وحركاته في الجمهور بشكل كبير ولهذا يجب عليه ارتداء الملابس المناسبة للموقف كما يجب عليه عدم الوقوف على المنصة بتراخ وأن يبدو مبتهجا عند الحديث،

¹ - علاء محمد القاضي، بكر محمد حمدان، مهارات الإتصال، الطبعة 1، الأردن، دار الإعصار للنشر و التوزيع عمان، 2010، ص 43.

وأن يوجه بصره للجمهور دائماً، وتساعد الايماءات والحركات لليدين والوجه والجسم في تأكيد مضمون الرسالة احياناً ، ولكن يجب عدم المبالغة في هذه الحركات.

4- مهارة الإصغاء او الانصات : يعد الإصغاء مهارة اساسية للاتصال الشفوي او اللفظي وهناك فرق بين الاستماع والاصغاء حيث يتطلب الأخير الفهم والادراك لما يقول المتحدث الاستيعاب التذكر الاستجابة و من شروطه :

- اثارة رغبة المتحدث في الأسترسال و الاستمرار في طرح الفكرة و إشعاره بأهمية ما يقوله.

- فهم و تفسير و تحليل و تقييم آراء و افكار و تعبيرات المرسل كما هي¹

5- مهارة التفكير : تعتبر هذه المهارة ملازمة لكل عملية اتصال لانه اذا نظرنا إلى المهارات السابقة لوجدنا انه يصاحبها دائماً قدر من التفكير ، ولذا كان التفكير مهارة اساسية لكل اتصال جيد و بدونه لا تتجح عملية اتصال من أي نوع.

6- مهارة الإتصال الرقمي (استخدام التكنولوجيا): بدأ الاتصال الرقمي مع بداية استخدام الحاسب الألي حيث تبع ذلك إعداد البرامج التي من خلالها تعد الرسائل كنظام ميكروسوفت ، كما توافرت برامج مخصصة في ادارة عمل الشبكات و توفير المسارات الخاصة لكل مستخدم و تنظيم اولويات استخدام قواعد البيانات و مراقبة تشغيل الشبكة² ، لذا لا بد من الإستعمال الجيد للوسائل التكنولوجية الحديثة للعملية الإتصالية خاصة بعد تقدم التكنولوجيا لنظام المعلومات ، و لضمان فاعلية عملية الاتصال يتطلب الأمر مهارة في استخدام هذه الوسيلة (الحواسب و نظام المعلومات) نظراً لما تحفقه من مزايا باقل جهد و وقت، يعجز العقل البشري عن الوصول اليها.

¹ - منال طلعت محمود، نفس المرجع السابق، ص 53.

² - عبد الرحمان ابراهيم الشاعر، مهارات الإتصال، ط1 ، دار صفاء للنشر والتوزيع 2012، الأردن : ص 153.

7- مهارة الحصول على المعلومات الكافية لنجاح التعامل : قد تتوافر المعلومات في المنظمة ولكن المشكلة في عدم توافر المهارة في الحصول عليها وحتى يتمكن المدير من الحصول على المعلومات بالدقة و السرعة المطلوبة فلا بد من توافر مهارات التعامل مع الاخرين و ذلك من اجل الحصول على المعلومات التي يريدها.

8- مهارة التعامل مع الاخرين: يتعامل المدير مع من يراسه في السلم الوظيفي وكذلك يتعامل الفرد مع جمهور مختلف من الناس ولذا من الأهمية التعرف على طبيعة الرؤساء او الجمهور و انماطهم السلوكية ومدى نضجهم الفكري ونوع علاقات العمل التي يحنونونها ومستوى التفاهم معهم .

مما سبق نستخلص أن المهارات الاتصالية المختلفة ، و المتعددة ضرورة اساسية لنجاح الاتصال و العلاقات العامة التي تستخدم كافة الأشكال و القنوات و المهارات في مزيج اتصالي متكامل لتحقيق اهدافها في الشرح ، التفسير ، الإقناع و الإعلام و القدرة على اتخاذ القرارات الصحيحة السليمة والمحافظة على صورة المؤسسة في الحالات العادية و الازمات ، الأمر الذي يستدعي الاهتمام بتدريب و تأهيل مهارات الموظفين تماشياً و النشاطات الاتصالية للعلاقات العامة.

المطلب الثالث: العوامل المساعدة على عملية الإتصال الشخصي وأهميتها في تنمية مهارات

التعامل

تتمثل العوامل المساعدة على عملية الإتصال الشخصي و في تنمية مهارات التعامل كالآتي :

أ- المرسل:

- وضوح مرسل الرسالة للمرسل و المستقبل.
- جودة المرسل .
- الثقة في المرسل.
- جاذبية المرسل .
- قدرة المرسل على الإقناع، عرض الأمور بطريقة تقنية.
- القدرة على مشاركة الآخرين في أفكارهم و الأخذ و العطاء معهم.
- عند الإختلاف مع المستمع يجب عدم معالجته شخصيا لأن ذلك يجرح مشاعره.

ب- الرسالة:

- تحديد الهدف الإتصالي.
- تحديد الفكرة الرئيسية في الرسالة الإتصالية.
- عرض الفكرة الرئيسية في الرسالة الإتصالية.
- تحديد مستوى الرسالة.
- عدم الكلام بسرعة.
- إختيار الوقت المناسب و المكان المناسب و الموقف الإتصالي المناسب.

- يجب التكلم بلغة المستمع مخاطبة نفس و عقل المستمع معا¹.

ج- الجمهور المستهدف: (target audience(listener or listeners)

يجب معرفة طبيعة الجمهور المستهدف من حيث اللغة و الدين و الحبس و المهن و أماكن السكن و التعليم و العادات و التقاليد من مخاطبتهم على قدر عقولهم. معرفة حاجان المستمعين و رغباتهم و العمل على إشباعها. عدم مقاطعة أثناء حديثه و إتاحة الفرصة له بالتعبير عن أفكاره و عما يجول في خاطره أو في ذهنه. من العبث أن تكلم من لا يريد الإستماع لك.

يجب على المستمع أن ينتقد الفكرة التي يطرحها المتحدث و ليس شخص المتحدث لأن ذلك يعتبر هجوما شخصيا قد يؤدي إلى صراع. يجب دائما الحرص على إعطاء المستمع معلومات جديدة و عرضها بطريقة منطقية خطوة خطوة، حتى تقوده إلى النتيجة المرجوة من الحديث. يلعب الاتصال الشخصي دورا حيويا في حياة كل شخص في معظم اتصالاتنا اليومي مع الآخرين يقوم عليه، و يعتبر الاتصال الشخصي أكثر أنواع الاتصال تأثيرا².

¹- جمال أبو شنب: نظريات الإتصال و الإعلام المفاهيمي المداخل النظرية - القضايا، دار المعرفة الجامعية للنشر و التوزيع، جامعة حلوان، 2008، ص: 202

²- إبراهيم أبو عرقوب: الإتصال الإنساني ودوره في التفاعل الإنساني ، دارأسامة للتشروالتوزيع، عمان، ص: 128

الفصل الثاني

المبحث الاول : ماهية العلاقات العامة

تعتبر العلاقات العامة القلب النابض لكل نشاطات المؤسسات على المستويين الداخلي والخارجي، كونها تمثل أداة للتواصل و الاداء الجيد الذي يعكس مختلف الجهود و البرامج لبناء الصورة الحسنة للمؤسسة.

المطلب الاول :التعريف و النشأة

يعتبر مفهوم العلاقات العامة من المفاهيم التي يشوبها بعض الغموض لدى الكثير من الخبراء و الممارسين و الهيئات والمنظمات ، الأمر الذي ادى الى وجود تعريفات متعددة.

اولا: مفهوم العلاقات العامة

01- لغة: العلاقات العامة مصطلح مركب من لفظتين، (العلاقات) و (العامة)، ونبين معناهما على النحو

التالي:

أ- العلاقات : جمع علاقة من الفعل الماضي علق يعلق علوقا؛ والعلوق هو تدلي شيء من شيء أعلا منه؛ نقول: (علقت الشيء إذا جعلته يتدلى من شيء هو أعلى منه)، وكل شيء التزم شيئا فقد علق به جمعها علائق و تعني الارتباط يقال " لي في هذا علاقة " أي تعلق.

وعلى ذلك فالعلاقات هي صلات تتصل الأشياء بما بعضها مع بعض¹.

ب- العامة : خلاف الخاص أي عامة الناس ، يقال " جاء القوم عامة " أي جميعا.

2 - اصطلاحا : يعتبر مفهوم العلاقات العامة من المفاهيم التي يشوبها بعض الغموض لدى الكثير من

الخبراء والممارسين والهيئات والمنظمات المختلفة ، الامر الذي ادى الى وجود تعاريف متعددة لها تتسم

بالتفاوت والتباين وفيما يلي رصد لأهمها:

¹- غريب عبد السميع المرجع نفسه، ص 28

- تعريف ايفي لي (Ivy Ledbetter Lee): الأب الروحي للعلاقات العامة كما يسمونه يرى بأن " مهمة العلاقات العامة تتصل بالإعلام ونشر المعلومات الصحيحة عن المنظمة للجمهور وذلك لكسب وده وتستخدم في ذلك الاخبار والصور وإذاعة البيانات والتعليقات وعرض الأفلام وتنسيق المعارض و الندوات، كذلك تستخدم أساليب الدعاية عندما تقوم بالتأثير الانفعالي على الجماهير، تلجأ إلى الاعلان بوسائله المختلفة ، وقد تتطوي أنشطة العلاقات العامة على بعض النواحي التعليمية والتنقيفية لجماهير المنظمة الداخلية والخارجية¹.

" بينما نجد أن ادوارد بريني (Edward Berne's) : وضع مفهوم حديث للعلاقات العامة على اساساتها²:

* معلومات يتم تغذية الجمهور بها.

* عمليات اقناعية موجهة الى الجمهور بهدف تعديل اتجاهاته وسلوكه .

* مجهودات لخلق تكامل بين اتجاهات وتصرفات المنظمة واتجاهات وتصرفات جمهورها.

* الانشطة التي تقوم بها المنظمة لتحقيق علاقات طيبة مع الجمهور .

ان العلاقات الطيبة مع الجمهور تتكون مع مرور الوقت من الأداء الذي يرضي الجمهور وإعلامه

بهذا الاداء فالفكرة الرئيسية للعلاقات العامة هي اعمل جيدا وعرف بما تعمل " وقد تم التعبير عن هذا المبدأ

الأساسي في شكل العلاقة الآتية : " اداء جيد + اعلام صادق - علاقات عامة طيبة "

¹- غريب عبد السميع ، نفس المرجع السابق ، ص 49.

²- محمد كريمة فريحة. <> العلاقات العامة: نظرة تحليلية دراسة ميدانية لمؤسسة الكهرباء و الغاز الجزائرية << " ، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك

. العدد 4 / 5 ، د ت ، ص 133.

كما عرفت الجمعية الدولية للعلاقات العامة (A, B, R, I): "العلاقات العامة هي وظيفة الإدارة المستمرة و المخططة والتي تسعى من خلالها المنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم و تعاطف و تأييد الجماهير التي تتعامل او يمكن ان تتعامل معها¹.

على غرار ما سبق نجد أن جمعية العلاقات العامة العربية ترى أن: العلاقات العامة هي مسؤوليات وانشطة الاجهزة المختلفة في الدولة سياسيا، اقتصاديا، اجتماعيا وعسكريا للحصول على ثقة وتأييد جمهورها الداخلي او الخارجي، وذلك بالأخبار الصادقة والاداء النافع الناجح في جميع مجالات العمل ووفقا للتخطيط العلمي السليم حتى يصبح عملها مرشدا وهدايا ومنيرا في بناء الوطن.²

استمرارا لذلك ترى جمعية العلاقات الأمريكية أن العلاقات العامة ذلك النشاط الموجه لبناء و تدعيم علاقات سليمة منتجة بين المؤسسة و جمهورها كالعلاء و الموظفين و المساهمين عام بهدف تسهيل عملية صياغة سياستها حسب الظروف المحيطة بها و شرح هذه السياسة للمجتمع.³

بينما يعرف معهد العلاقات العامة البريطانية العلاقات العامة بأنها الجهود الإدارية المرسومة و المستمرة ، التي تهدف إلى اقامة و تدعيم تفاهم متبادل بين هيئة و جمهورها⁴ .

استنادا إلى ما سبق نجد أن العلاقات العامة ذلك النشاط الذي يهدف إلى كسب ثقة الجماهير مع إحداث قدر من التكيف ، أو التوافق بين مواقف ، اتجاهات ، سياسات هيئة معينة ، مواقف واتجاهات ، وآراء الجماهير النوعية التي تربط مصالحها العامة ، كما انها الجهود المخططة ، المدروسة و المستمرة الهادفة لبناء علاقات جديرة قائمة على اساس التفاعل ، الاقناع ، الاتصال المتبادل بين المنظمة وجمهورها وعليه نستطيع القول أن العلاقات العامة هي ذلك الفن الذي يرسم الطريق أمام المؤسسة للحصول على رضا الجمهور وتحقيقه المصلحة العامة.

1- Jean Chaumely et Denis huisman .Les relations publiques .France .Press.universitaire de France -Vendome- 1967, P6،

² - عبيدة صبيحي ، مسعودي كلثوم ، مدخل إلى العلاقات العامة، ط1 ، الجزائر : دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2010 ص 49

³ - محمد صاحب سلطان، نفس المرجع السابق، ص 34.

⁴ - جمال أبو شنب، نفس المرجع السابق. ص 65

ثانيا : نشأة العلاقات العامة:

ترجع ممارسة العلاقات العامة منذ تواجد الاتصالات الانسانية نفسها ، ويمكن الإشارة الى ذلك في العديد من الحضارات القديمة مثل البابلية ، الإغريقية و الرومانية ، اين تم إقناع الأفراد بقبول سلطة الحكومة و الدين ، من خلال الاليات العامة للعلاقات العامة ، كالاتصالات الشخصية الخطابيات الأداب الخ ، غير أن هذه المحاولات لم تسمي علاقات عامة لكن هدفها مثل الممارسات الحالية¹.

و عموما نستطيع القول بأن تطور و نشأة العلاقات العامة ، شهدت أربعة مراحل :

المرحلة الأولى : وهي مرحلة الظهور و النشأة ، تمتد حتى ثلاثينيات القرن التاسع عشر حيث كانت تتم ممارسات إتصالية ، تعتمد على الإتصال المباشر و إتسعت لتشمل أغراض النشر والإعلان .

المرحلة الثانية : وهي مرحلة الدعاية و النشر ، تمتد من سنة 1830 حتى نهاية الحرب العالمية الأولى صاحبها نشأة الطباعة ، إتساع إستخدام الإعلام للتسويق السلع ، و إهتمام السياسيون للإتصال بال جماهير ، من الناخبين و بدأ مصطلح العلاقات العامة في النشأة ، و الظهور و هي المرحلة التي أنشأ فيها اي في لي مكتب للنشر ووضع أسس العلاقات العامة و مبادئها .

المرحلة الثالثة : وهي مرحلة الإتصال بالاتجاهين ، كانت ما بين الحربين العالميتين ، كما شهدت هذه المرحلة نشأة مؤسسات أهلية للعلاقات العامة ، و أصبح الإعلام ضرورة ماسة لمتابعة الجماهير التطورات عصرها.

المرحلة الرابعة: وهي تمتد حتى اليوم تميزت بتطور العلاقات العامة بالتركيز على الرسالة و مضموا إعدادها و نشأة شركات العلاقات العامة ، ممارستها ، و تزايد دراسة العلاقات العامة كعلم في الجامعات و الأبحاث و المؤلفات و الدوريات العلمية².

¹- عبد الرزاق ديلمى. العلاقات العامة في المجال الدولي، ط2، الأردن : دار الباروري العلمية للنشر والتوزيع، 2015، ص21.

²- عبيدة صبطي، كلثوم مسعودي ، نفس المرجع السابق ، ص ص (23-24).

المطلب الثاني: أهمية العلاقات العامة واهدافها.

تعدد التعاريف حول مفهوم العلاقات العامة ، وهذا ما يبرز أهميتها و اهدافها التي تسعى اليها .

اولا: أهمية العلاقات العامة . العلاقات العامة هي أداة إتصال مقنعة يتم استخدامها من طرف الفرد أو المؤسسة من أجل حث أو تحريك الافراد الاخرين ، أو مؤسسات ليساعدوهم في الوصول إلى أهدافهم¹ ، ولقد برزت العلاقات العامة كمهنة متخصصة في ظل تطوير الحياة الإقتصادية ، والصناعية تقدم خبراتهما واستشاراتها المؤسسات الأعمال وترسم الخطط لحملايتها الإعلامية .

و تسعى العلاقات العامة إلى تحقيق جملة من الأهداف ومنها :

- في المنظمة الصناعية تسعى العلاقات العامة إلى كسب ثقة الجمهور في المنظمة وهذا بدوره يؤدي إلى زيادة شهرة المنظمة وتحسين سمعتها وارتفاع مكانتها لدى الجمهور و بناء سمعة طيبة لمنتجاتها ويعاون ذلك على زيادة حجم المبيعات .
- في المنظمة الخدمية تسعى العلاقات العامة إلى دعم ثقة الجمهور بالمنظمة و بناء سمعة طيبة لها وتقدير الجمهور لرسالة المنظمة وإنجازاتها وخدماتها.
- تساهم العلاقات العامة الجيدة في أن تسود علاقات عمل جيدة بالمنظمة وهذا من شأنه تسهيل تدبير احتياجات المنظمة و تساهم في الاستقرار.
- تسهل العلاقات العامة الطيبة عملية التمويل المنظم سواء عن طريق زيادة رأس المال حيث يثق المساهمون في المنظمة أو عن طريق القروض.
- تساهم العلاقات العامة الطيبة في حسن تقدير و فهم المشكلات الإدارية سواء من قبل العاملين أو من قبل الجمهور الذي تتعامل معه المنظمة وهذا ما يساعد على اتخاذ الراي المناسب بشأنها².

¹-جمال أبو شنب، نفس المرجع السابق، ص 64

²- حسن الحلبي، مبادئ في العلاقات العامة، ط1، لبنان، منشورات عويدات، بيروت 1980، ص 68

- تساهم العلاقات العامة في توجيهه و ارشاد الإدارة إلى ما فيه صالح الجمهور حيث يكون من السهل على الإدارة أن تقف على آراء واتجاهات الجمهور الذي تخدمه المنظمة لتكون تحت نظرها عند وضع الخطط والسياسات والبرامج.

- تحقق العلاقات العامة الطيبة ثقة الموردين والوسطاء والوكلاء والعملاء والمستهلكين والدوائر الحكومية وتوطد معهم جميعا أوامر التعاون والمنفعة المتبادلة . و بالتالي فالعلاقات العامة تعمل على تحقيق التكيف الانسان وكذا التوافق بين الهيئات و المؤسسات و بين الجماهير¹.

ثانيا : أهداف العلاقات العامة:

تسعى العلاقات العامة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف يمكن إجمالها في الآتي² :

- 1- احداث نوع من الاتصال ذو اتجاهين بين المؤسسة و عملائها بما يمكن الاولناعلام العملاء بسياستها العامة و يمكن العملاء من ايصال رغباتهم و طلباتهم للادارة العليا .
- 2- تحسين السمعة أو الصورة لدى الجماهير عن المؤسسة: و ذلك من خلال التقديم الجيد للمؤسسة، وشرح سياستها وأهدافها كما تقدم كل المشروعات صغيرة كانت أو كبيرة حكومية أو غير حكومية، وتفسيرها تفسيراً جيداً حتى تضمن السمعة الجيدة لدى جمهورها . كسب الجمهور الداخلي: أن تعمل العلاقات العامة على إشعار العاملين بأهميتهم داخل المؤسسة وذلك بتحسيسهم بالانتماء ، والمساهمة في حل مشاكلهم الخاصة، ومحاولة توفير لهم ما يعرف بالإستقرار الوظيفي وتسهيل فرص تبادل الآراء بينهم وبين الادارة³.
- 3- كسب ثقة الجمهور الخارجي: يعتبر كسب ثقة الجمهور الخارجي من أهم أهداف و أنشطة العلاقات العامة، فعلى أي مؤسسة أن تقوم بتحليل. أهم الجماهير المتصلة بها، ثم تسعى بعد ذلك تدعيم علاقتها معها ، والعمل على إرضائهم بما يحقق الفائدة لجميع الأطراف.

¹ - عبيدة صبطي، كلثوم مسعودي، نفس المرجع السابق ، ص 26.

² - عبيدة صبطي، كلثوم مسعودي ، المرجع نفسه، ص 50.

³ - سامية لعجال ، سليمة بوزيد ، <<العلاقات العامة في المنظمة بين المفهوم و الوظيفة>> ، مجلة كلية الآداب و العلوم الانسانية والاجتماعية العدد :02 و 03 ، جامعة بسكرة ، جانفي /جوان 2008، ص 7.

- 4- تبصير الجماهير بخطط ، أهداف التنمية القومية و مسؤوليتها في تحقيقها ، و تحدد مدى المساهمة التي يمكن أن تقدمها الجماهير للارتقاء بمستوى الخدمة العامة ، و مستوى تنفيذها من خلال عملها الجاد و تعاونها و مشاركتها بالمسؤولية في تحقيق تقدم و تطور الوطن و اسعاد المجتمع و ضمان مستقبله¹.
- 5- معرفة اتجاهات الجمهور الحقيقية: نحو نشاطات المؤسسة وعرضها على قيادة هذه المؤسسة .
- 6- اعلام الجمهور بنشاط المؤسسة و برامجها، وأهدافها. الأساسية لكسب تعاونه .

المطلب الثالث: مبادئ العلاقات العامة

تستند العلاقات العامة إلى مجموعة من المبادئ و تتلخص فيما يلي:

- 1- نشاط العلاقات العامة يبدأ من داخل المؤسسة ذاتها: بمعنى أن جميع العاملين بالمؤسسة لا يمكن أن يساهموا في تحسين علاقاتهم بالجمهور الخارجي، دون تحقيق تلك العلاقات الجيدة فيما بينهم ، والعمل على تماسك الجمهور الداخلي وتدعيم روح الجماعة والتعاون داخل المؤسسة و بالتالي بعث الثقة في الوسط الخارجي للمؤسسة².
- 2- نشاط العلاقات العامة مستمر ودائم: يتطلب بعث الثقة بالجماهير الداخلية العمل المستمر ، والمتواصل للعلاقات العامة على مواكبة التغيير الذي يطراً على أدواق الجماهير .
- 3- نشاط العلاقات العامة شامل: ان نشاطها لا بد أن يشمل كافة المبادئ بدون استثناء ، فهناك علاقات عامة تجارية صحية صناعية ...إلخ ، فاقتصرها على مجال التجارة لا يعني عدم وجودها في الجانب الصحي ومجالات أخرى.
- 4- أخلاقية العلاقات العامة: التمسك بالقيم الأخلاقية كالنقطة الأمانة، الإحترام المتبادل بين المؤسسات ، والإبتعاد عن التحيز و التفرقة العنصرية وعن وسائل الغش والتضليل .

¹- ربحي مصطفى عليان ، عدنان محمود الطوباسي . نفس المرجع السابق. ص 237.

²- ربحي مصطفى عليان ، عدنان محمود الطوباسي . نفس المرجع السابق. ص 233.

5- ديناميكية العلاقات العامة: تقوم العلاقات العامة على الأخذ، والعطاء والتلقي والإستجابة ، بمعنى أن نشاطاتها تتصرف بالفاعلية والإيجابية في التأثير والتأثر، عن طريق استخدام أسس ووسائل الإتصال والإعلام من أجل تكوين رأي عام حول المؤسسة ، وتجاوز العقبات التي تعترضها و نخلص إلى أن العلاقات العامة تتضمن في طياتها أخلاقيات نزيهة وفي مقدمتها الصدق، كما تحتوي على ديناميكية وحيوية مستمرة تضمن تقييمها بشكل مستمر كما تعكس لواقع يتجاوب مع آماني و آمال كل فرد من المجموعة التي تؤلف المؤسسة أو التي تتعامل معها¹

¹- حسن الحلبي، نفس المرجع السابق ، ص 16.

المبحث الثاني: وظائف وانواع العلاقات العامة.

للعلاقات العامة أهمية بالغة في التعريف بالمؤسسات ، التي لا تستغني عنها وتعتبرها كوظيفة من وظائف تسيير المنظمة ، و من عوامل قوتها و نجاحها ، تعمل على رسم السياسات او الإستراتيجيات ، و إعداد الخطط وبرامج العمل على أسس علمية مدروسة قابلة للتحقيق من خلال انتهاج سياسة إتصال شفافة. وفي هذا المبحث سوف نتطرق في المطلب الأول إلى وظائف العلاقات العامة ، المطلب الثاني إلى برامج العلاقات العامة ، و المطلب الثالث انواع العلاقات العامة .

المطلب الاول :وظائف العلاقات العامة .

إن وظيفة العلاقات العامة لم تلق الإهتمام الكافي إلا في النصف الثاني من القرن الماضي فقبل ذلك كانت تمارس على أساس أنها فن يؤثر في الجماهير ، أما بعد الحرب العالمية الثانية فقد تطورت إلى مهنة حديثة و وظيفة إدارية يقوم بها متخصصون في ذلك المجال ، ومن أهم وظائف وأنشطة العلاقات العامة ما يلي¹ :

1 - البحث: من أهم وظائف القائم على العلاقات العامة إجراء الدراسات المرتبطة بقاس الاتجاهات والرأي العام المتعلقة بالجمهور خاصة الذي يتعامل مع المؤسسة وهذه الوظيفة تتم بدراسة الآراء والأذواق ومختلف المتطلبات التي تقدمها المؤسسة.

2 - التخطيط: تعتبر عملية التخطيط من أهم العمليات التي تقوم بها المؤسسات ومختلف الهيئات الإدارية الحديثة، حيث تقوم برسم السياسات والإستراتيجيات قصيرة وطويلة المدى إضافة إلى رسم البرامج الإعلامية التي تهدف إلى تعريف و ترويج وتسويق للمنتوجات.

3 - التنسيق: و يتمثل الاتصال مع المسؤولين في الداخل و الاتصال بالمنظمات و الجماهير في الخارج وتزويدهم بالمعلومات مما يساعد المؤسسة على تحقيق أهدافها وتطبيق سياستها العامة.

¹- ربحي مصطفى عليان. عدنان محمود الطوباسي، نفس المرجع السابق ، ص 252.

4 - الإدارة: مساعدة الوحدات والإدارات والأقسام داخل المؤسسة على أداء وظائفها إتجاه جمهورها، ونحو المؤسسة ذاتها من خلال تقديم الخدمات والمعلومات اللازمة والكافية لها، و مساعدتها على ادارة وظائفها المتصلة بالجماهير .

5 - الإنتاج: تقوم العلاقات العامة بالمساهمة في عمليات الإنتاج بصورة مباشرة وغير مباشرة إضافة إلى الوظائف السابقة، فهي تعمل على زيادة الإنتاج وتسويقه ومعرفة البيانات اللازمة من مصادر الإنتاج كما تقوم العلاقات العامة كقسم متخصص بتنظيم الحملات الإعلامية والإتصال بوسائل الإتصال المختلفة والمساهمة في إعداد النشرات المختلفة بعمليات الإنتاج وأهداف المؤسسة وتنظيم الزيارات والأبواب المفتوحة والندوات والمؤتمرات.

برامج العلاقات العامة:

اصبحت حاجة المنشأة لبرامج منظمة للعلاقات العامة ماسة تملئها ظروف المنشأة والأهداف التي تسعى لتحقيقها ، و البرنامج هو دلالة على مجموعة من الترتيبات المنهجية والموضوعية ، و الشكلية العامة والتفصيلية ، التي يتم من خلالها تنظيم المعلومات الخاصة.

موضوع البرنامج ، بحيث تصبح المعلومات في صورتها النهائية قادرة على تحديد مجموعة الأساسيات التي يتكون منها البرنامج و تقدمها بصورة تلقائية ومنظمة كلما طلب ذلك¹ ، فالعلاقات العامة ليست نشاطا عشوائيا أو وقتيا ، و إنما يتطلب دراسة وتخطيط لجمع الأنشطة و تقوم على ثلاث خطوات أساسية هي²:

1- البحث: تتضمن عملية البحث في برامج العلاقات العامة عدة خطوات هي:

¹ - شذا سليم أبو سليم ، مدى تحقيق ادارة العلاقات العامة لأهدافها في الكليات التقنية بمحافظة غزة من وجهة نظر العاملين مذكرة ماجستير ، الجامعة الاسلامية غزة : كلية التجارة : قسم إدارة أعمال، (6) 200 ، ص 49.

² - عبيدة صبطي، كلنوم مسعودي، المرجع السابق. ص 104.

أ- تحديد المشكلة والهدف من البحث ووضع الفروض. : و يتم ذلك من خلال دراسة الظاهرة و تحليلها ، مع تحديد الهدف الرئيسي من إجراء البحث ، ثم صياغة الفروض والتي تعبر عن تفسيرات محتملة للمشكلة استنادا إلى طبيعة برنامج العلاقات العامة.

ب- إعداد البرنامج التفصيلي للبحث : ويدخل ضمن هذه الخطوة تحديد نوعية البيانات والمعلومات اللازمة لإجراء البحث وأساليب الحصول عليها وكذلك اختيار نوع العينة، وتحديد مفرداتها من مجتمع البحث.

ج- جمع و تنقيح البيانات والمعلومات ثم إجراء التصحيح والتعديل اللازم للبيانات والمعلومات وتفرغها في الجداول المصممة والمصنفة لخدمة أغراض البحث.

د- تحليل البيانات والمعلومات والتأكد من مدى صحة الفروض: وتهدف هذه الخطوة إلى الربط بين المتغيرات التي يتم جمع البيانات والمعلومات وكذا واستخدام أساليب التحليل الإحصائي، والدراسة التحليلية ثم استخلاص النتائج التي تثبت صحة الفروض أو خطئها¹.

2- التخطيط: تمر عملية التخطيط بصفة عامة بعدة مراحل أهمها :

- دراسة وافية لكافة الظروف والمتغيرات المحيطة بالمؤسسة حاليا ومستقبلا والتي تؤثر بشكل أو بآخر على تحقيق أهدافها و سياستها و مشكلاتها².

- تحديد مجموعة من الافتراضات عما سيكون عليه الحال في المستقبل؟ و ذلك بناء على الخبرات المتراكمة في الماضي لدى القائمين على عملية التخطيط.

- تحديد الأهداف التي تسعى المؤسسة إلى تحقيقها خلال المدى القصير وال المدى المتوسط وال المدى الطويل³.

- دراسة إمكانية الاستفادة القصوى من هذه الموارد والإمكانيات بما يحقق الأهداف في أسرع وقت وبأقل جهد و بأقل تكلفة .

¹ - محمد العزازي ، أحمد إدريس. العلاقات العامة المعاصرة. مصر. المكتبة العلمية. 2009 ، ص148.

² - غريب عبد السميع ، نفس المرجع السابق ، ص 145.

³ - عبدة صبطي، كلثوم مسعودي، نفس المرجع السابق. ص 107.

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

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

- إعداد الموازنة التقديرية وتحديد الإجراءات العلمية والعملية اللازمة لأحكام الرقابة عند تنفيذها وبشكل يتضمن ترشيح الإنفاق عليها.

- تحديد الموارد والإمكانات البشرية والمادية والغنية اللازمة لتحقيق هذه الأهداف و الاتصال مع الجمهور المستهدف¹.

3- التقييم: يمكن لعملية التقييم تتبع و ملاحقة ردود الأفعال الايجابية، السلبية المتتالية للتأكد من مدى تحقيق التغيير للأهداف المنشودة منه، وإدخال التعديلات المناسبة وفي الوقت المناسب خلال المراحل المختلفة للتغيير بل وتدارك مواطن الضعف وأوجه القصور في الإعداد و التخطيط والتنفيذ البرامج التغيير المستقبلية².

وعموماً فتقييم برنامج العلاقات العامة كمرحلة أخيرة تتعلق بمراجعة الأهداف المسطرة عملية التنظيم وكذا المضمون و قياس النتائج لنصل إلى تأكيد مدى نجاح الإستراتيجية المسطرة أو فشلها وكم نسبة نجاح الأهداف المحددة ؟ وهل إستطعنا فعلاً اقناع الجمهور المستهدف بالمضامين الإعلامية التي نقلناها له ؟ وهل أصبح للجمهور إنطباعات جيدة عن المؤسسة ؟ وللى أي مدى نجحت المؤسسة من حيث إرتفاع المبيعات و تزايد المداخل مرتبط بشكل أساسي باستراتيجية العلاقات العامة المسطرة؟ أم أن هذا النجاح

¹ - ربحي مصطفى عليان. عدنان محمود الطوباسي، نفس المرجع السابق. ص 296.

² - أمنة بوشراي. نفس المرجع السابق ، ص 218.

مرتبط بعوامل أخرى¹؟ وماهي الخطوات اللازم إتخاذها في السنوات المقبلة؟ مع مراعاة الإعتماد على مبدأ التطوير و التحسين كمبدأ أساسي.

المطلب الثالث: أنواع العلاقات العامة

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

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

أ- العلاقات العامة البسيطة: هي تلك العلاقات التي تنشأ بالإتصال بين طرفين ، وسميت بالبسيطة لأن الإتصال أمر سهل و ميسور بسبب سهولة الإتصال الشخصي بين الأفراد فلا نحتاج هنا لوسائل الإتصال الجماهيرية .

ب- العلاقات العامة المركبة : وهي العلاقات التي تتميز بعدم جدوى الإتصال الشخصي، فنلجأ إلى الإتصال الجماهيري وهذا النوع يستهدف جمهور اكبر و يحتاج إلى وسائل الإتصال الجماهيرية ، وهي المهمة التي أصبح يقوم بها اليوم خبراء ومتخصصون في العلاقات العامة . 2- من حيث طبيعة النشاط الممارس واختصاصه: نقسم العلاقات العامة داخل المجتمع الإنساني إلى :

أ- علاقات اجتماعية:

هي الروابط والآثار المتبادلة بين الأفراد في المجتمع ، وهي تنشأ من طبيعة اجتماعهم واحتكاك بعضهم ببعض الآخر ويزداد اهتمام العلاقات الاجتماعية بالسلوك الاجتماعي بهدف تفهم طبيعة العلاقات الاجتماعية وهذه العلاقات تنقسم إلى :²

¹ - يامين بودهان ، << هل توجد إستراتيجية للعلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية الخاصة >> ، مجلة العلوم الإنسانية ، العدد: 29، (الجزائر) ، 2006 ،

ص11

² - أ/ عبيدة صبطي، كلثوم مسعودي، المرجع السابق. ص 87

1- علاقة إيجابية: وهي تلك العلاقات التي تؤدي إلى الوفاق و الإنسجام بين مصالح الأفراد داخل الجماعة الواحدة ، أو تجمع بين مصالح الجماعات الخارجية الأخرى و تسمى البناءة . 2-علاقة سالبة : تتمثل مظاهرها في الصراع و الخلاف الامر الذي قد يؤدي إلى تفويض التنظيم الاجتماعي .

ب- العلاقات الانسانية:

نشأت العلاقة الإنسانية منذ أن خلق الإنسان على وجه الأرض ، بين كل الجماعات سواء ظهرت في شكل أسر أو قبيلة أو في صورة هيئة أو مؤسسة. ولما كانت المؤسسات الصناعية تضم جماعات عديدة من عمال يعملون في مهنة واحدة ، كان لابد أن تنظم العلاقات بينهم على أساس إنساني وبذلك فإن فكرة العلاقات الصناعية، هي كيفية الربط بين عوامل الإنتاج وبين الإنسان، وذلك بخلق روح الإخاء بين الأفراد و وظائفهم ، وإزالة أسباب المنازعات العمالية، وتعرف العلاقات الإنسانية في الصناعة بأنها خلق جو من الثقة و الاحترام المتبادل و التعارف الفعال بين أصحاب العمل والعمال هدف زيادة الإنتاج كما تساعد على نفسي روح الجماعة و الرابطة القوية بين الفرد و العامل و المؤسسة¹.

ج - العلاقات الصناعية :

هي علاقات العمل ، التي تنشأ و تنمو بسبب الاستخدام ، وهي تلك العلاقات بين العمال و الموظفين وبين رؤسائهم أو مدير هم ، وكذا علاقتهم بالمؤسسة التي تستخدمهم، كما تتمثل العلاقات بين الإدارة ، و نقابات العمال ، وبين أصحاب العمل ، ومؤسسات العمل ، والحكومة وعلاقات العمل هي علاقات إنسانية متطورة تتأثر بالبيئات المادية وما يطرأ عليها من تعديلات فالمؤسسة الصناعية بحاجة دائمة إلى تنمية الاتصالات².

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

²- سامية لعجال ، سليمة بوزيد ، نفس المرجع السابق ، ص 10.

3 - تقسيم العلاقات العامة وفقا لمجالات التطبيق :

يمكن أن تصنف العلاقات العامة في هذا المجال الى تصنيفات اهمها¹ :

أ- العلاقات العامة في المؤسسات التجارية: تمثل علاقات المنتج مع كل من المورد والمستهلك وكذلك العلاقات بين أقسام المؤسسة التجارية المختلفة، والعلاقات العامة في الأسواق والتجارة وتعني الخدمة الحقيقية للعميل، القائمة على العلاقة المتبادلة المفعمة بالأمانة والصدق، حتى يصبح رضا العميل عن المؤسسة وثقته فيها ناتجة عن اقتناع ، وتقوم بتأكيد الصورة الإيجابية للمؤسسة في المجتمع².

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

ج - العلاقات العامة في المؤسسات المالية: ويقصد بها البنوك بجميع أنواعها والثقة بالنسبة لها أمر حيوي و بالغ الحساسية، لأنها لا توفر سلعة مادية ولكنها تقدم خدمة إلى عملائها ولذلك فإن نجاحها يتوقف أساسا على كيفية تقديم هذه الخدمة، والتي تعتمد بدورها اعتمادا بالغا على العامل الإنسان ، ولا يستطيع النجاح الا من خلال ارضاء عملائه بما يقدمه من خدمات ترتقي إلى مستوى حاجاتهم و تفضيلاتهم³.

¹- رزيقة لقصير ، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة دراسة ميدانية لمؤسسة الاملاح بقسنطينة ، مذكرة ماجستير ، جامعة قسنطينة : كلية علوم الاعلام و الاتصال ، 2006 / 2007 ، ص 75.

²- صالح خليل أبو أصعب، العلاقات العامة و الإتصال الإنسان ، ط3، الأردن، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان، 1998، ص 103.

³- زكي مصطفى عليان، عدنان محمود الطويلي، نفس المرجع السابق ، ص 250.

د- العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية: يقصد بالمؤسسات الاجتماعية تلك المؤسسات التي لا تهدف الربح فيما تقوم به من أجل المجتمع المحلي من خدمات مثل مؤسسات رعاية الأحداث، وذوي الاحتياجات الخاصة و النوادي الرياضية وغيرها من المجالات الاجتماعية ، كما تمد في العلاقات العامة بالمؤسسات الاجتماعية على تكوين صورة مشرقة عنها وزرع الثقة بها والحصول على تبرعات لها ودعمها من قبل الجمهور وحث الناس على التطوع بأنشطتها¹ .

هـ- العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية: تعتبر الوسائل الإعلامية من الوسائل المهمة للعلاقات الحديثة ، كونها مجالاً من مجالات التي تطبق فيها العلاقات العامة في المجتمع الحديث ، من خلال بث برامجها و تحقيق غاياتها و إبراز سياسة البناء الجدية ، تبادل المعلومات الهامة و نشر المعلومات الفنية بغرض الانسجام الاجتماعي².

و- العلاقات العامة في المجال السياسي والحكومي: يعتبر السياسية من الرواد الأوائل في الاستفادة من فنون العلاقات العامة، والعلاقات العامة السياسية أكثر أنواع العلاقات العامة استخداماً في المؤتمرات الدولية، وأعد ميادين التخصص هي العلاقات العامة الدولية بتأكيد ضرورة التوافق في الأقطار المختلفة³ ، فلقد أصبح رجل العلاقات العامة شخصاً لا غنى عنه لأي سياسي في العصر الحديث يرمح له الحطب، ويكتب له الرسائل الصحفية، ويعلن برامجه وتحركاته ويعمل كحلقة وصل بينه وبين جماهير الناخبين، يستقطب تأييدهم ويحمل عنهم آرائهم وطموحاتهم السياسية⁴.

4- تقسيم العلاقات وفقاً لنوع الجمهور: وتنقسم العلاقات العامة في إطار هذا التقسيم إلى أنواع عديدة مثل:

- العلاقات مع العملاء.

¹ - صالح خليل ابوصبيح ، نفس المرجع السابق ، ص 105.

² - غريب عبد السميع، نفس المرجع السابق. ص 93

³ - عبد الرزاق الدليمي، نفس المرجع السابق، ص 110.

⁴ - جميل احمد خضر ، العلاقات العامة، الأردن، الميسر للنشر و التوزيع، عمان، 1998، ص108.

- العلاقات مع الموردين.

- العلاقات مع المساهمين.

- العلاقات مع الموزعين .

5 - العلاقات العامة الالكترونية: تحتاج العلاقات العامة الحديثة في ممارستها لأنشطتها إلى وسيلة الكترونية حديثة لتسليم المعلومات، والتعرف على جمهورها الداخلي والخارجي، والاتصال بكم لتشمل هذه الوسائل على البريد الالكتروني وصفحات الويب الارتباطات، الصور الرقمية الرموز، البرامج والوسائل الأخرى ، و القائم بالعلاقات العامة وللمامه باستخدام الحواسيب الالكترونية، اصبح ضرورة من ضرورات هذا العصر نظرا لما تؤديه من مهام وما تحققه من مزايا يعجز العقل البشري عن تحقيقها¹.

¹- أحمد أمين محمد عتوم، أهمية الأنشطة الإتصالية في عمل العلاقات العامة ، (مذكرة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا ، عمان، 2010 ، ص ص (40-41).

المطلب الثالث: موقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة :

نظرا لطبيعة نشاطات العلاقات العامة داخل كل منظمة ، كان لابد من وضع جهاز العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لأي مؤسسة داخل اطرا المستويات الادارية و التنظيمية العليا بحيث تتبع مباشرة أعلى سلطة ادارية في المؤسسة حتى يسهل للادارة العليا في المؤسسة متابعة انشطتها وهل لها القيام بأدوارها دون عوائق او معوقات ادارية أو تنظيمية، ويمكن القول بصفة عامة أن هناك ثلاث طرق رئيسية يمكن بما تنظيم عمل العلاقات العامة في المنظمة¹ هي:

- انشاء ادارة علاقات عامة لها وضعها و كيانها في الهيكل التنظيمي للمنظمة يعمل بها متخصصين في العلاقات العامة .

- الاستعانة بمكتب خبير كمستشار خارجي للعلاقات العامة يعمل بشكل مستقل و تغطي استشاراته كل جوانب العلاقات العامة

- الجمع بين الاسلوبين ويوجد العديد من المؤسسات التي تتبع هذه الطريقة للتقليل من العيوب وان تحصل على مزايا الطريقتين .

¹ - عوجة علي، الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط4، مصر عالم الكتاب القاهرة، دت ، ص ص (53-54).

المبحث الثالث: تنظيم العلاقات العامة

إن العلاقات العامة هي إحدى مجالات الإدارة، تهدف إلى تحقيق الانسجام لمستوى الاداء والتفاعل بين المنظمة، وفرادها وجمهورها، وعلى هذا الاساس يكلف اخصائي العلاقات العامة على تنظيم العلاقات بين المنظمة ، و جماهيرها الداخلية والخارجية، وزيادة فعالية الوظائف الإدارية والمساهمة في انجاز الأهداف الاتصالية العامة، مستعملا في ذلك الوسائل الاتصالية المتاحة.

المطلب الاول: ادارة العلاقات العامة

ادارة العلاقات العامة: تعتبر إدارة العلاقات العامة من أهم العمليات التي تؤثر في أداء المهام الوظيفية، والمهنية والإدارية للمنظمة و جماهيرها الداخلية و الخارجية ، وصولا إلى انجاز الاهداف الاتصالية العامة للمؤسسة .

اولا : تعريف جهاز العلاقات العامة

هو ذلك التنظيم الاداري لمجموعة الافعال و الانشطة التي تهدف إلى تحقيق فهم متبادل و مشترك يؤدي إلى التوافق بين منظمة ما و بين جماهيرها ، وينظم العمل بتوزيعه إلى وحدات بنائية اصغر ، تتكون كل واحدة من مجموعة من المكانات التي يشغلها متخصصون في العلاقات العامة العامة، وهم مجموعة من الأدوار و يربطهم هدف مشترك واحد ويقوم كل جزء من هذا البناء باداء المهام التي تتطلبها مسؤوليات العلاقات العامة¹.

المطلب الثاني : الشروط الواجب توفرها في اخصائي العلاقات العامة

الشروط الواجب توفرها في اخصائي العلاقات العامة: لا بد من توفر مجموعة من المواصفات والشروط للعاملين بالعلاقات العامة، والتي تضمن لهم نجاحا وفعالية أكثر في أعمالهم ، مستعملين المهارات ،

¹- أحمد أمين محمد عتوم ، نفس المرجع السابق ، ص 34.

والأساليب و الوسائل الملائمة لتحسين العلاقات داخل تلك المؤسسات و خارجها و عموما يمكن ابراز الصفات فيما يلي¹ :

01- توافر الأخلاقيات التي تكفل بممارسة العلاقات على اسس سليمة و تتسع الأخلاقيات لتشمل الصدق والأمانة والسمعة الطيبة ، وغيرها من القيم والمعايير الأخلاقية التي تبعث على الإقناع والأمان والاطمئنان والثقة والمصادقية في التعامل.

02- الموضوعية في الأقوال والأفعال، والحكم على الأمور استنادا إلى الحقائق المدعومة بالبحوث والدراسات التجريبية التي تؤدي إلى تفسيرات علمية ، والبعد عن التحيز الشخصي وكذلك البعد عن كافة صور الإنحراف والتقصير لتحقيق منافع أو أغراض ذاتية .

03- المرونة والقدرة على التصرف والتأقلم مع متطلبات التكيف وسرعة البديهة والفتنة والقدرة على تحليل وتقدير المواقف .

04- قوة وتكامل الشخصية ويتضمن ذلك الإستقرار ، العاطفي والإتزان العقلي والقدرة على الفهم حسن التعبير والقدرة على التأثير على الآخرين، و الهدوء وعدم الإنفعال والقدرة على تكوين صداقات والدبلوماسية في التصرف .

05- توافر الثقافة العامة الواسعة و الاحاطة التامة بما يجري داخل المؤسسة وخارج المؤسسة.06- الإمام بالأصول العلمية للعلاقات العامة عن طريق تحليل وقياس الرأي العام ، واتجاهات وآراء المجموعات المختلفة التي يتعامل معها المشروع، سواء كانوا عاملين أو عملاء أو مساهمين أو الموردين أو منافسين أو المجتمع المحلي أو الإقليمي أو الدولي.

07- المظهر الحسن والتفاؤل والبشاشة حيث يساعد ذلك على جنب اهتمام وتقدير وثقة الجماهير التي يتعامل معها، وهذا يتطلب أن يكون ممارس العلاقات العامة ذو شخصية اجتماعية جذابة.

¹- حسن الحلبي، ، نفس المرجع السابق ، ص 69.

- 08- توفر مهارات الاتصالات الفعالة مثل القدرة على التحدث، والقدرة على الاتصالات ، و القدرة على حسن تنظيم وإدارة الوقت، والقوة على التفكير المنظم و معرفة تقنيات الإعلام .
- 09- الاتسام بالجدية والانضباط في العمل، مما يجعله قدوة لغيره من المتعاملين بالمؤسسة والمتعاملين معها. من حيث السلوك الوظيفي القويم .
- 10- توافر روح المبادرة، للمواقف والأحداث الحالية والمستقبلية وعدم الانتظار والترقب الأدوار يفرضها عليه الآخرون بل التنبؤ بالأحداث والمواقف والاستعداد للتعامل معها.
- 11- إتقان لغتين أجنبيتين على الأقل ، حيث تتمتع بعض المؤسسات باختيار أخصائي العلاقات العامة، ممن يتقنون لغتين أجنبيتين خاصة اذا تعلق الأمر بمؤسسات طبيعة عملها تتطلب دعوة بعض اللجان، أو إجراء مناقشات بإحدى اللغات الأجنبية.¹
- 12- معرفة كافية لمختلف وسائل الاعلام و خبرة واسعة في ممارستها للتعبير عن الاراء و شرحها و الدفاع عنها بصورة فعالة و تامين ايصالها للجمهور في أحسن الظروف و بأفضل الطرق.
- المطلب الثالث: وسائل اتصال العلاقات العامة .**

يجب على المكلف بالعلاقات العامة أن يصنف قائمة للوسائل ، و الدعائم التي تمكنه من توصيل ونقل المضامين و الرسائل الاتصالية، التي تعبر عن صورة المؤسسة أو العلامة التجارية للمنتج و عليه أن يختار الوسائل التي تتناسب مع طبيعة الأهداف المحددة ، المضامين الإتصالية والجمهور المستهدف ، و يمكن استعمال وسائل و تقنيات عدة كالمطبوعة او الكلاسيكية السمعية البصرية ، التكنولوجيات الحديثة للاعلام و الاتصال ، ووسائل اخرى² .

1 - الوسائل المطبوعة: وهي تعتمد على الوسيط المطبوع كحامل للرسالة الاتصالية ومن اهم هذه الوسائل: صحيفة او جريدة المؤسسة ، النشرات ، الكتيبات ، مطويات ...

¹ - محمد العزازي، أحمد إدريس، نفس المرجع السابق ، ص ص (67 ، 71).

² - ياسين بودهان، نفس المرجع السابق. ص8.

- **الجرائد**: لقد كانت الصحافة هي الوسيلة الوحيدة الواسعة الانتشار والتي يمكن أن تستخدمها إدارة العلاقات العامة في نقل الأخبار أو الرسائل الإعلامية إلى جمهور المتعاملين معها، من مختلف المستويات والأنواع لجذب انتباههم واهتمامهم قصد خلق الرغبة في التعاون مع ما تقدمه المؤسسة كما يتعين على المكلفين بالعلاقات العامة مراقبة أثر هذه الوسيلة في تحقيق النتائج المطلوبة.

- **المجلات**: مجلة المؤسسة دورية تصدرها الإدارة في مؤسسة الأعمال سواء كانت هذه حكومية أو خاصة، ومن أبرز المميزات التي تملكها المجلات و التي أعطتها هذه الأهمية هي معالجتها لموضوعات متعددة و تغطيتها الموضوعية الواسعة لكافة العلوم بالإضافة الى سرعة صدورها وحدثها معلوماتها تتسم بالدقة و التركيز و امكانية قراءتها في أي وقت¹ و يمكن أن تتميز ثلاثة أنواع من مجلات المؤسسات²:

- **مجلة المؤسسة الداخلية**: خاصة بالعاملين بالمؤسسة كما أن توزيعها يمدد ليصل إلى الجماهير الخارجية ذات العلاقة بالمؤسسة.

- **مجلة المؤسسة الخارجية**: مخصصة للجمهور الخارجي، تطبع باستخدام افضل أنواع الورق وبأفضل المطابع وتحتوي على موضوعات تثير اهتمام الجمهور وتلبي رغباته ، وتوزع المجلات توزيعا واسعا لدعم سمعة المؤسسة.

- **مطبوعات المؤسسة**: مطبوعات خاصة يعدها متخصصون في العلاقات العامة وتأخذ عدة أشكال هي:

- **النشرات**: تحتوي على بعض البيانات عن المؤسسة ومواقع عملها، والخدمات والسلع التي تقدمها تتسم بملاءمتها لعامل الوقت و السرعة في إيصال المعلومات و القدرة على مخاطبة العديد من فئات الجمهور المستهدف³، وهناك النشرات الداخلية الخارجية ، العامة و الترويجية .

¹ - زكي مصطفى عليان. عدنان محمود الطوبالي. نفس المرجع السابق. ص 192.

² - عبيدة صبيطي، كلثوم مسعودي، نفس المرجع السابق ، ص 130.

³ - محمد صاحب سلطان، نفس المرجع السابق ، ص 181.

- **الكتيبات:** ومن الوسائل المقروءة تلك الكتيبات التي تصدرها المؤسسة على فترات متباعدة و تحوي بيانات أكثر دقة، وتوسعا عن المؤسسة وخدماتها، ومنتجاتها وأسواقها وتعرض من هذه الكتيبات أو تقدم للزوار .

2- التقنيات السمعية - البصرية :الإذاعة ، التلفزيون و السينما .

- **الإذاعة:** تعبر الإذاعة من الوسائل الحديثة والهامة في الوقت الحاضر، يمكن لرجال العلاقات العامة الاستفادة منها للاتصال بجمهور المؤسسة عن طريق إذاعة الأخبار والمعلومات والبرامج الخاصة والندوات الإذاعية كونها لا تحتاج إلى أي مهارة على غرار مهارة الاستماع¹ .

- **التلفزيون:** له نفس خصائص الإذاعة، إضافة إلى قدرته على استخدام الصور المتحركة والألوان له تأثير هائل على الجمهور وعلى سلوك الأفراد و توجيههم لان الاتصال في فترات نشرات الاخبار يهتم بها معظم فئات الجمهور من ناحية الجنس و العمر و الثقافة و التعليم² كما ان الوسائل الاعلام معايير و اجراءات اتصال يجب فهمها و توظيفها من قبل دائرة العلاقات العامة³.

- **السينما:** تشكل احدى القنوات الاتصالية الرئيسية التي يستخدمها ممارس العلاقات العامة فهي تؤثر تأثيرا قويا في مشاهديها اذاما تم اعدادها بعناية⁴ وهي باهظة التكاليف في مجالات العلاقات العامة، خاصة إذا كانت في شكل أفلام سينمائية كاملة، و يتوقف استخدامها على الإمكانيات المتوفرة لإدارة العلاقات العامة، بالإضافة إلى أهداف الاتصال وخصائص الجمهور المستهدف وطبيعة الموضوع والفكرة.

- **أشرطة الفيديو :** اتسع استخدام أشرطة الفيديو إذ تقوم المؤسسات بإمداد إدارة العلاقات العامة بأجهزة الفيديو، التصوير الحفلات والمناسبات، واجتماعات مجالس الإدارة، وكبار المديرين، وإعادة باعتها أو عرضها لاستخلاص النتائج والآراء التي عرضت فيها.

¹ - عزام أبو حمام، نفس المرجع السابق، ص 215

² - محمد أبو سمرة، نفس المرجع السابق ، ص 171.

³ - عبد الرزاق دليمي، نفس المرجع السابق ، ص 225

⁴ - محمد صاحب سلطان، نفس المرجع السابق ، ص 225.

3- وسائل اخرى : المنتقيات ، الندوات الصحفية ، المعارض الاعلامية ،

أ* **تنظيم الحفلات والدعوات الخاصة:** إن تنظيم الحفلات يدخل ضمن اختصاص العلاقات العامة، ويمثل نوع من الاتصال المباشر مع الجماهير، سواء كانت هذه الحفلات للعاملين داخل المؤسسة والجمهور المتعامل معها ، أو عملاء المؤسسة و في الحفلات يتم التعارف بين كبار المسؤولين في المؤسسة والمدعومين إلى الحفل التبادل الآراء¹ .

- **الخطبة:** تعتبر الخطبة من وسائل الاتصال المباشر التي قد تعني بإجراء الحوار إليهم في شكل خطاب معين، يلقيه أحد كبار المسؤولين ويوضح فيها وجهة النظر التي ترغب المؤسسة في تعريفها لهذا الجمهور .

- **المقابلات الشخصية:** تعد المقابلات من الوسائل الهامة يجب أن يتقنها الذي يجري المقابلة، ومن المبادئ الأساسية في المقابلة أن تكون شخصية المسؤول بالاستقبال قوية لأنها تسعى لتحقيق هدف او مجموعة من الأهداف العديدة فقد تكون اهداف خاصة بقصد البحث العلمي اوياهداف دراسية او تشخيصية او علاجية كما في خدمة الفرد² .

- **الزيارات:** من المجالات الهامة التي تعمل فيها إدارة العلاقات العامة إذ تعمل على تنظيم زيارات الجمهور المواقع المؤسسة، كما تشجعه على التعامل مع المؤسسة.

- **شبكة الانترنت:** الانترنت هي شبكة اتصالات عالمية ، تربط الالاف من شبكات الكمبيوتر ببعضها البعض، و يستخدمها الملايين حاليا على مدار 24 سا/24سا في معظم انحاء العالم و بخاصة في الجامعات ، مراكز البحث العلمي ، الشركات الكبرى ، البنوك ، المؤسسات الحكومية ... الخ ، وهذا يساعد خبراء العلاقات العامة على معرفة المستجدات على مستوى السلع والخدمات إذ تزودهم بكل ما هو عصري وحديث ، كما توفر شبكة الانترنت الكثير من الخدمات: خدمة الويب ، خدمة البريد الالكتروني، خدمة

¹ - عبيدة صبطي، كئثوم مسعودي. نفس المرجع السابق. ص 137.

² - السيد عبد الحميد عطية، نفس المرجع السابق ، ص 210.

الدرشة ، خدمة البحث داخل الشبكة خدمة تحميل و رفع الملفات عبر الشبكة ، خدمة المجموعات الاخبارية، خدمة المنتديات، خدمة القوائم البريدية التواصل الاجتماعي كالفيس بوك ، التويتر¹ .

لما سبق نستخلص على انه يجب على اخصائي العلاقات العامة استعمال وسائل اتصالية في عملياتهم الاتصالية تتماشى و مهاراتهم الذاتية ، الفكرية ، التنظيمية و الادارية و استعمالها مع الجمهور الداخلي و الخارجي و تبقى نوعية الوسيلة المستعملة تخضع إلى حجم المؤسسة و طبيعة استثماراتها نظرا لتكلفة تشغيل بعض الوسائل الاتصالية الجماهيرية .

¹ - فؤاد شعبان - عبيدة صبطي، نفس المرجع السابق ، ص 172.

الجانب التطبيقي

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

المبحث الاول: معهد التعليم المهني المجاهد عمار بن عودة الشريعة

المطلب الاول: التعريف بالمؤسسة

المطلب الثاني: مهام ونشاطات المعهد

المبحث الثاني: التحليل والتقييم

المطلب الاول: تقييم مهارات الإتصال بالمؤسسة.

المطلب الثاني: تفرغ وتحليل بيانات الاستبيان لموظفي المؤسسة

المبحث الأول: معهد التعليم المهني المجاهد عمار بن عودة الشريعة

إذ يعتبر من الضروري الوقوف عند ماهية معهد التعليم المهني المجاهد عمار بن عودة الشريعة ، وذلك حتى يتسنى لنا إبراز أهمية ودور مهارات الاتصال الشخصي وتعزيزها العلاقات العامة في عمل المؤسسة و عليه نتناول من خلال هذا المبحث ما يلي :

المطلب الاول :التعريف بالمؤسسة :

معهد التعليم المهني المجاهد عمار بن عودة بالشريعة هي مؤسسة عمومية حديثة النشأة ذات طابع تعليمي خدماتي لما تقدمه للوسط المهني بمؤهلات خاصة تواكب سوق العمل ،وهي حيث يقع معهد التعليم المهني في مدينة الشريعة ولاية تبسة وهي من مؤسسات التعليمية التابعة لوزارة التكوين والتعليم المهنيين ،انشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 18-10 المؤرخ في 04 جمادى الأولى عام 1439 الموافق لـ 22 يناير 2018¹ مساحة المعهد تقدر ب:2 هكتار (20000 متر مربع) .

-تفضل السيد علي بوقرة والي ولاية تبسة بوضع حجر الأساس لمشروع انجاز المعهد بتاريخ 29 من شهر صفر 1437 الموافق ليوم 11 ديسمبر 2015بطاقة الاستيعاب النظرية تقدر بـ 1000 مقعد بيداغوجي و بداخلية 300 سرير (اناث و ذكور) يحتوى المعهد على مساحة مغطاة من المرافق والمحلات البيداغوجية تقدر ب:6000 متر مربع ومتمثلة كما يلي :

الجناح الاداري: ومتمثل في مبنى الإدارة حيث قسم الى : طابق ارضي ، وطابق اول ، طابق ثاني موزعة كما يلي :

✓ مكتب المدير

✓ الامانة

¹ - الجريدة الرسمية رقم 10 المؤرخة في 28 يناير 2019 متعلقة بإنشاء المعاهد

✓ مديرية فرعية للدراسات و التريصات و تضم ثلاث مصالح

• مصلحة الدراسات و التوجيه

• مصلحة التريصات في الوسط المهني

• مصلحة الاعلام و التوثيق و الدعائم البيداغوجية

✓ مديرية فرعية للإدارة و المالية و تضم ثلاث مصالح

• مصلحة تسيير الموارد البشرية

• مصلحة الميزانية و المحاسبة

• مصلحة الوسائل العامة

الجناح البيداغوجي

✓ 20 قسم ✓ 01 قاعة متخصصة ✓ 08 ورشات

✓ 02 مخابر ✓ مكتبة + قاعة انترنت ✓ قاعة الأساتذة ✓ الرقابة

جناح المصالح المشتركة

✓ مطعم بسعة 300 وجبة يوميا ✓ نادي + كافيتريا ✓ ملعب كرة قدم بالعشب الاصطناعي

✓ إقامة بسعة 300 سرير ذكور و إناث ✓ مدرج بسعة 140 مقعد

تعداد الموظفين : يعتبر معهد التعليم المهني معهد حديث النشأة و يبلغ تعداد موظفيه بـ 25 موظف

من عمال متعاقدين ومرسمين وعمال في اطار ادماج حاملي الشهادات وكذا اساتذة في اطار الساعات

الاضافية

المطلب الثاني : مهام ونشاطات المعهد¹

✍ مهام المشاركة في عملية توجيه التلاميذ بالتنسيق مع قطاع التربية و برمجة خرجات و زيارات

ميدانية لكافة المؤسسات التربوية (تفعيل القرارات و المناشير الوزارية المشتركة)

✍ المشاركة في المعارض و النشاطات الإعلامية لقطاعي التربية و التكوين على المستوى المحلي و

الوطني

✍ تنظيم أبواب مفتوحة لفائدة تلاميذ التربية للتعريف بمسار التعليم المهني

✍ تجنيد كافة الوسائل المادية و البشرية الضرورية لكل دخول لتوفير أحسن الظروف

✍ العمل على توسيع طاقات استيعاب المعهد بفتح تخصصات جديدة مستقبلا

✍ تنظيم دورات التكوين في الوسط المهني و العمل على البحث عن المؤسسات الاقتصادية المناسبة

للتلاميذ في التربصات التطبيقية

✍ تسخير جميع المرافق و الفضاءات الثقافية و الرياضية لضمان جو مناسب لت مدرس التلميذ

✍ التنظيم و المشاركة في جميع الفعاليات، الاحتفالات و الأعياد الوطنية و الدينية

الاختصاصات المقترحة لدورة سبتمبر 2019

يتم قبول التلاميذ الناجحين في شهادة التعليم المتوسط وكذا التلاميذ المعاد توجيههم من سنة الاولى من

التعليم الثانوي في جميع الشعب (بما فيهم جذع مشترك آداب) في بداية كل سنة من الدورة التعليمية في

الاختصاصات التالية :

• تركيب و صيانة عتاد الري

• صناعة الأغذية الزراعية

• صيانة أنظمة الإعلام الآلي

¹ - مقابلة مع مدير معهد التعليم المهني بالشرية، يوم 2019/04/16 من الساعة 10:35 إلى الساعة 11:09.

المبحث الثاني : التحليل والتقييم

المطلب الاول : تقييم مهارات الإتصال بالمؤسسة.

و سننتظر من خلال الى تقييم أهم المهارات الإتصالية المستعملة من طرف موظفي معهد التعليم المهني الشريعة ، أثناء إتصالهم بالآخرين كزملائهم بالمؤسسة أو الجمهور الخارجي من تلاميذ واولياء .
أولاً: مهارة القراءة : من المهارات الأساسية التي لا يمكن الإستغناء عنها ، فمعهد التعليم المهني بالشريعة بحاجة الى أن يجد كل موظف مهارة القراءة كالوثائق... الخ هذا ما يدفع بالمؤسسة إلى برمجة الايام الدراسية وندوات حيث اقيم يوم اعلامي بتاريخ 15 افريل 2019¹

بالإضافة الى إخضاع جميع الموظفين إلى تنمية هذه المهارة بالتركيز على الإدراك البصري للرموز المكتوبة و التفاعل معها ، ناهيك عن التوصيات و النصائح المقدمة خلال الاجتماعات و اللقاءات الدورية لتبني اسلوب القراءة السليمة لفهم و استيعاب المعطيات سواءا بالنسبة للوثائق او الرسائل الالكترونية .

ثانيا : مهارة التحدث : استنادا إلى بعض المشاكل التي تعرضت لها المؤسسة نتيجة سوء تفسير و إستقبال رسالة موظف المؤسسة ، من طرف المستقبل سواء تعلق الأمر بموظف آخر أو من الجماهير الخارجية ، فقد عملت المؤسسة إلى إجراء و برمجة تكوينات قصد تحسين مهارات الاتصال بصفة دورية لدى عمال المؤسسة عند حديثهم مع الآخرين من خلال دعوتهم إلى:

- أ- إستخدام المعلومات المألوفة و عدم إجهاد المستمع بالمعلومات الفنية .
- ب- الصراحة عندما يواجه الآخرين أسئلة معينة وإعطاء أكبر قدر من المعلومات .
- ج- الابتعاد عن التهديد و إستخدام إسم الشخص في المخاطبة حسب نوعية العلاقة .
- ح- إستعمال اللغة المفهومة تماشياً و ثقافة و لغة كل شخص يتم التعامل معه

¹ - مقابلة مع نائب مدير للدراسات والتربصات يوم 15 افريل 2019 من الساعة 14.35 الى 15.00

ثالثا : مهارة الانصات : على غرار الأيام التكوينية تعقد المؤسسة الإجتماعات، اللقاءات قبل العمل و اللقاءات الدورية العمال المؤسسة مع رؤساء المديريات ، توجه من خلاله تعليمات و أوامر للعمال لتنمية و تطوير مهارة الإنصات لديهم بالإضافة إلى عمليات التدريب على كيفية التركيز أثناء الاستماع و إعطاء فرصة للآخرين، ودعوهم إلى التحلي بالصبر ، تقبل المناقشة ، الإنتقاد قصد تجاوز الازمات و المشاكل مستقبلا.

رابعا: مهارة الإقناع: باعتبار أن طبيعة المؤسسة تعليمية وحديثة فان الإقناع من المهارات اللازمة لأي فرد عامل ، خاصة المتواجدين على مستوى مديرية فرعية للإدارة والمالية¹ بالفائدة للمؤسسة و للعامل، وعلى هذا الأساس يستفيد العمال خاصة المكلفين بالاستقبال من التكوين تدريب و تحسين المستوى بصفة دورية لتنمية مهاراتهم و أساليبهم الإتصالية .

خامسا : مهارة استعمال الاتصال الرقمي (إستخدام التكنولوجيا)، توجد مهارات الاتصال الرقمي بوجود موقع على الفايسبوك من خلاله يتم تسجيل ما تم عمله من ايام دراسي وندوات الاعلامية وهو فضاء يتم مشاركة موظفي المعهد في إبداء آرائهم وتطلعاتهم ومناقشة ما يدور وهي نافذة مفتوحة على الجميع وعلى أشغال المعهد ومشاركة موظفيها (الموقع الإلكتروني للمعهد) بالإضافة إلى فضاء خاص بالأعمال التطبيقية.

01- بالنسبة لموظفي وعمال المؤسسة : تسعى المؤسسة إلى تعميم العمل بمهارة إستعمال الوسائل التكنولوجية (الإعلام الآلي) كوسيلة إتصالية مناسبة لتطور وعصرنة المؤسسة وهذا من خلال الاهتمام بتسيير بالموارد البشري

* إستعمال نظام المعلومات أثناء عملية التوظيف : يتوفر لدى المؤسسة تطبيقات تخص عملية التوظيف ، وهذا من خلال كل من عملية الجذب ، الاستقطاب للعاملين و المساعدة في توفير فرص

¹ - مقابلة مع نائب مدير لدارة والمالية لمعهد التعليم المهني الشريعة ، 2019/05/12 من الساعة 9.00 الى 10.00

العمل المناسبة و الحفاظ على قاعدة البيانات الخاصة بهم. ويساعد نظام المعلومات التكنولوجي الذي تستعمله المؤسسة في حفظ المعلومات الخاصة بالمرشحين للوظائف و تحديد المرشح المناسب لواقع الوظيفة و يحقق نظام الاستقطاب الفعال للمؤسسة ما يلي:

1- إسترجاع المعلومات الخاصة باسم العامل ، و رقم ضمان الاجتماعي ، مؤشرات أخرى للمتقدم للوظيفة .

2- توثيق جميع الإجراءات الخاصة بعملية الإستقطاب مثل (المقابلة، الاختيار، ... الخ).

3- توثيق جميع البيانات الأساسية حول فرص العمل المتوفرة.

4- توفير المعلومات الأساسية للقائمين بالمقابلة و إعداد تقارير ضرورية عن المرشحين للوظائف 5-

توفير المعلومات اللازمة لتقويم عملية إستقطاب و تحديد تكاليف الإعلانات عن الوظائف .

6- زيادة تعداد المرشحين من المؤهلين بدرجة كبيرة و الذين يملكون أعلى المهارات و التسريع بمليء الشواغر من قبلهم و بذلك يتمكن المديرون من تحديد المصادر التي هي أكثر عاملين نجاحا في المستقبل.

7- زيادة معايير الاختبار سواء كانت تلك المعايير موضوعية مرتبة بالعمل أو معايير ذاتية كبعض السمات الشخصية.

توصيف وظائف المورد البشري: على غرار ما سبق ذكره فنجد انه عندما يتم قبول المورد البشري في المؤسسة و قبل بداية عمله تجرى مسابقة توظيف في المنصب العمل المتوفر في ميزانية المؤسسة وعلى ان يتم هذا وفق للاجراءات المنصوص عليها في الوظيفة العمومية . بحيث يتم هذا الإجراء على مراحل حسب نوعية المسابقة ، وبعد اتمام اجراءات التوظيف ونجاح المعني بالوظيفة يمضى هذا الأخير محضر تنصيبه وتوكل له المهام حسب الوظيفة محل المسابقة وبعد القيام باجراءات النهائية للمنصب مثل تأشيرة المراقب

المالي تحتفظ المؤسسة بعدة بيانات حول العاملين في قاعدة البيانات هذه المعلومات يمكن استخدامها لإعداد

كشوف الأجور من خلال :

- إدخال رقم العامل .

- شهر العامل.

- عدد ساعات العمل.

- و في الأخير يتأكد القائم بهذه العملية من الأجر حول إلى الحساب الخاص بالعامل كما يمكن إعداد

نسخة من الكشف الأخير للأجر الشهري أو السنوي في حالة تقديم طلب من طرف العامل و هذه العملية تتم

بسهولة بمجرد إدخال رقم العامل.

تطبيقات التكوين. تقوم المؤسسة بتكوين كل العمال كون عملية التكوين حق من حقوق المورد البشري في

إطار عمله وله أيضا الحق في المشاركة و الحضور في الملتقيات و المنتديات الخاصة بالعمل ، وهذا

التحسين الكفاءات و إثراء المسار المهني للعمال المشغلين.

كما تخصص المؤسسة مبلغا كل سنة من ميزانيتها العامة من اجل التكوين حيث تقدم في بداية كل سنة

لمديري الأقسام تحديد عدد الموارد البشرية لتكوينهم و ذلك عن طريق إستبيان لتحديد الإحتياجات التدريبية و

أيضا إشعار بالتكوين و أيضا وثيقة التحقق من طلب التكوين، قائمة العمال المراد تكوينهم ، و هناك التكوين

الداخلي و الخارجي .

أ- **التكوين الداخلي:** هو عبارة عن تكوين الموظفين داخل المؤسسة من طرف رؤسائهم أو من طرف

أشخاص من خارج العمل من اجل تكوينهم في مجال معين.

المطلب الثاني: تفرغ وتحليل بيانات الاستبيان لموظفي المؤسسة

دراسة وتحليل النتائج:

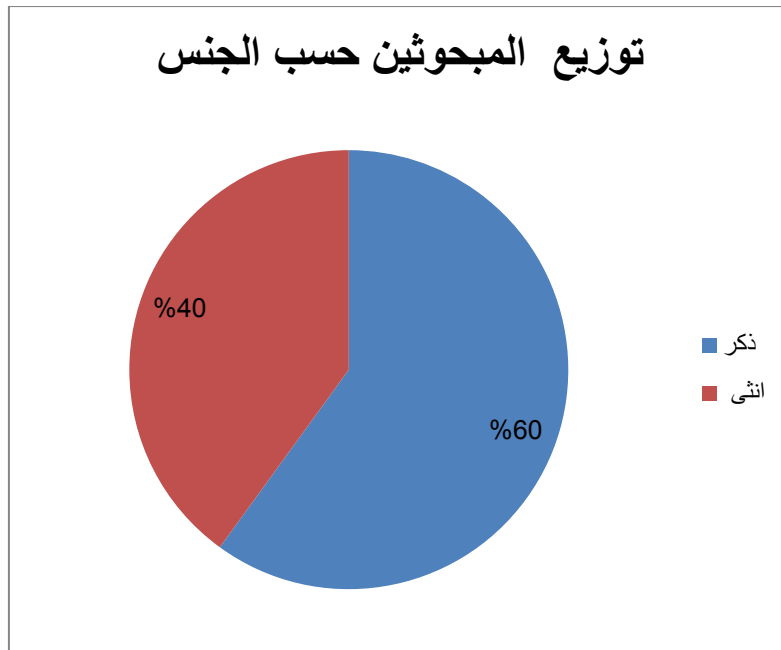
لقد تم القيام بتوزيع الاستمارات المقدره بـ: 25 استمارة وفيما يلي نتائج المستخلصة من تفرغها

❖ أولاً: البيانات الشخصية :

توزيع المبحوثين حسب الجنس

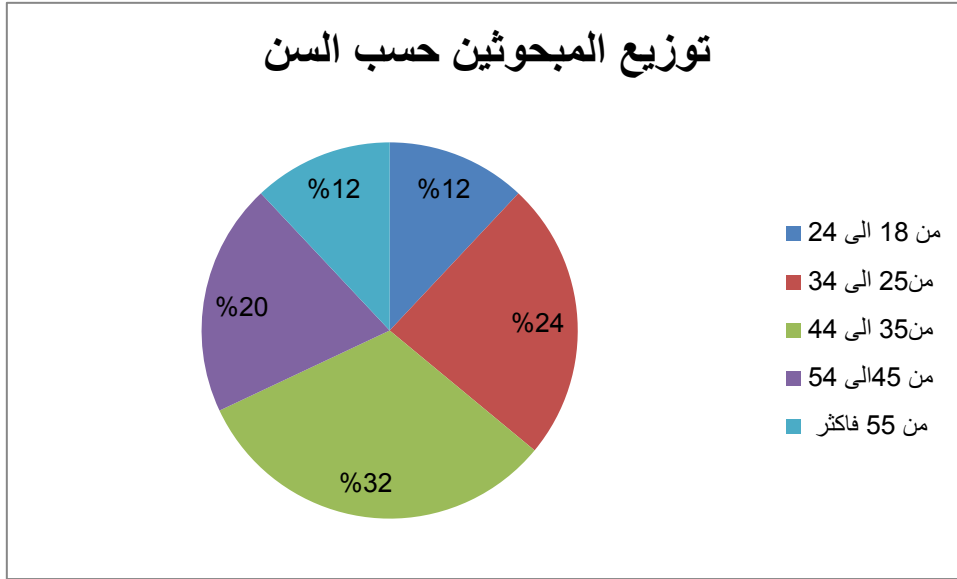
حسب الدائرة النسبية جنس الذكور هو الغالب بنسبة 60% عكس الاناث المقدره بـ 40% وهذا ما يجعل اغلبية المبحوثين في معهد التعليم المهني ذكور وهذا لوجود بعض المهام التي تكون عادة من نصيب الذكور

مثل الحراسة

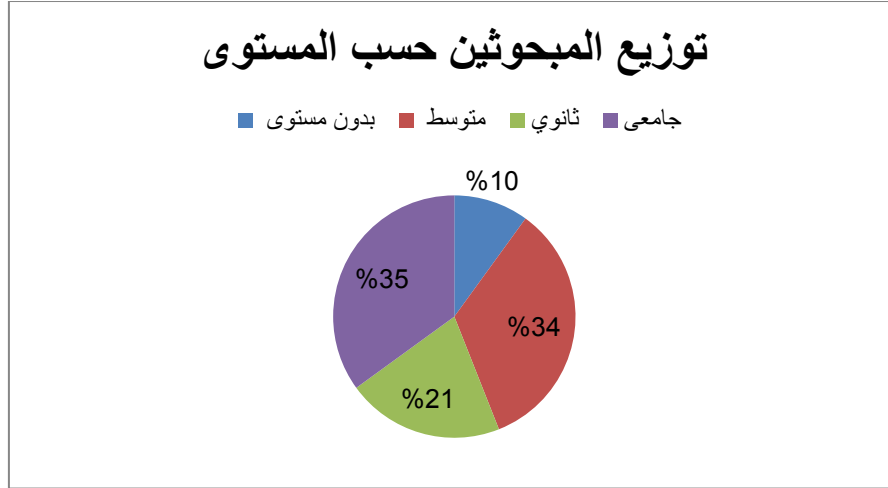


توزيع المبحوثين حسب السن

نلاحظ حسب الدائرة النسبية ان الاغلبية كانت متراوحة بين العمر 35الى غاية 44 هذا يدل على ان المؤسسة استفادت من خبرات في التوظيف باعتبارها حديثة النشأة ان النسبة ضئيلة كانت بين فئة العمرية 18 الى غاية 24 والفئة العمرية 55 فاكثر ووهى نتيجة حتمية لحدائة نشاة المعهد

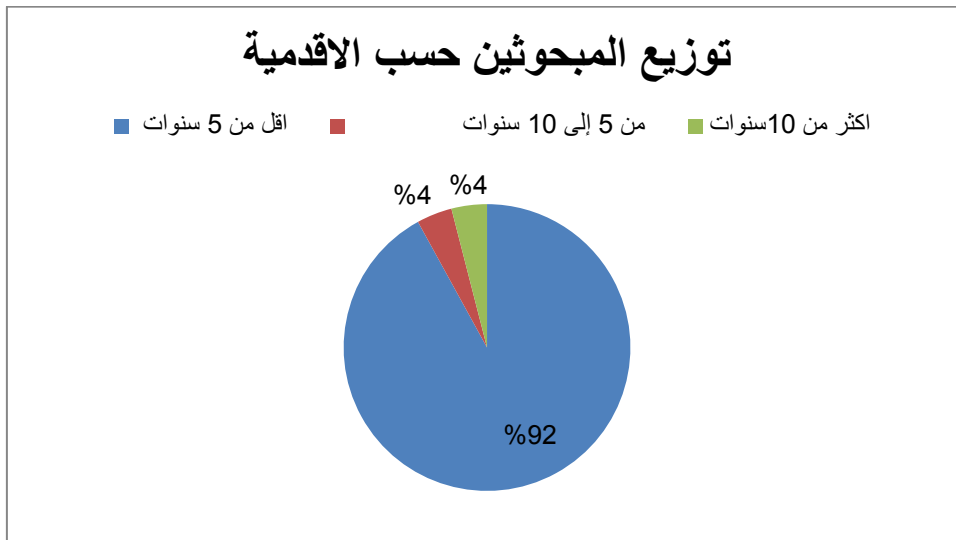
توزيع المبحوثين حسب المستوى

نلاحظ حسب الدائرة النسبية ان الاغلبية كانت في المستوى الجامعي بنسبة 35% هذا يدل على ان المؤسسة حديثة النشأة استفادت من خدمات المستويات الأكاديمية من عقود ادماج حاملي الشهادات غير ان النسبة ضئيلة كانت في بدون مستوى ووهى نتيجة حتمية لحدائة نشاة المعهد لاستعمالها في مناصب معينة تتماشى مع حائة المعهد



توزيع المبحوثين حسب الإقدمية

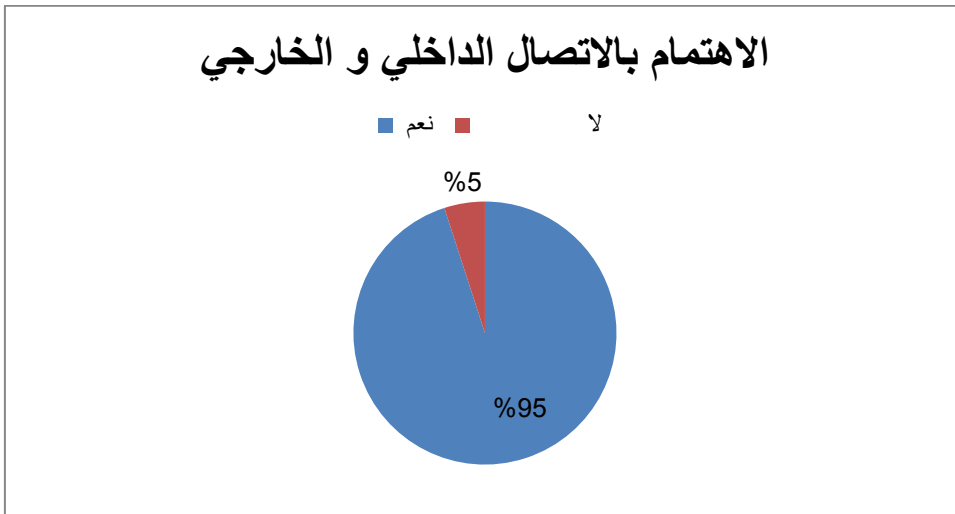
نلاحظ حسب الدائرة النسبية ان الاغلبية كانت في اقل من 05 سنوات بنسبة 92% هذا يدل على الاستفادة من خدمات المستويات المهنية تماشى ووجود صرح جديد في مدينة الشريعة غير ان النسبة ضئيلة كانت في اكثر من 10سنوات ووهى نتيجة حتمية لما تتطلبه قوانين الوظيفة العمومية من اجراءات لتسيير هذا المعهد وذلك في ان تعيين في المنصب العالي يتم مركزيا وذلك الأمر في الاقدمية من 05 الى 10سنوات



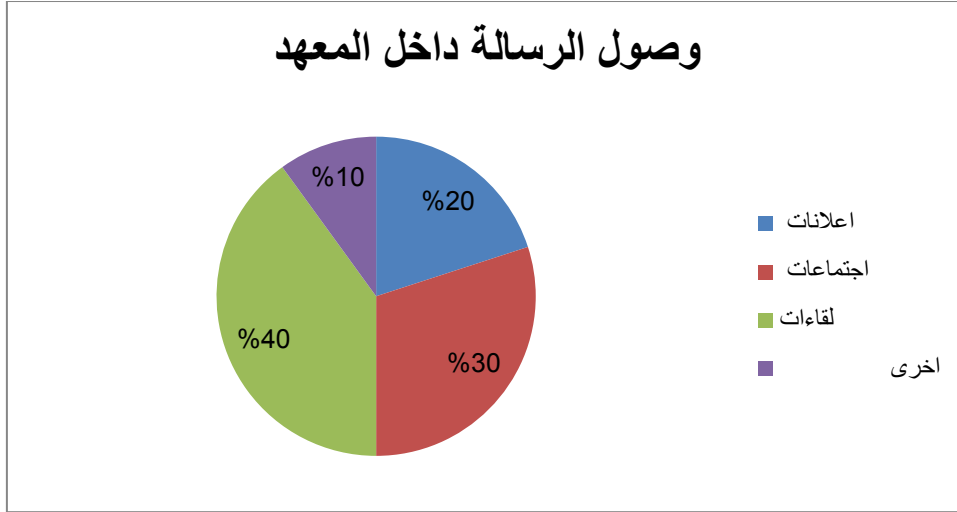
❖ ثانيا : الاتصال بالمؤسسة :

فيما يخص أهم أنواع الاتصال المستخدمة اجمعت الاغلبية على انها الاتصالات الشفهية في الغالب لقلة عدد العمال وبسبب ان المعهد لم يتم تسليم بعض منشاته

اما فيما يخص الاهتمام بالاتصال الداخلي والخارجي للمعهد فكانت اغلبية في الاتصال الداخلي والخارجي وهذا راجع لتسيير المعهد للوقوف بها كمنشأة حديثة تواكب تطورات سوق العمل ويكون ذلك من خلال الاعمال الموكلة لكل عامل وموظف وهذا ما تم تقديمه في موقع الالكتروني للمعهد اللي يثبت ذلك والنسبة الضيئلة فقد كانت 05% ويكمن هذا في ان البعض توكل له مهام تتعلق بوظيفته مثل الصيانة والنظافة واهتمامه منصب على تواصله مع رئيسه

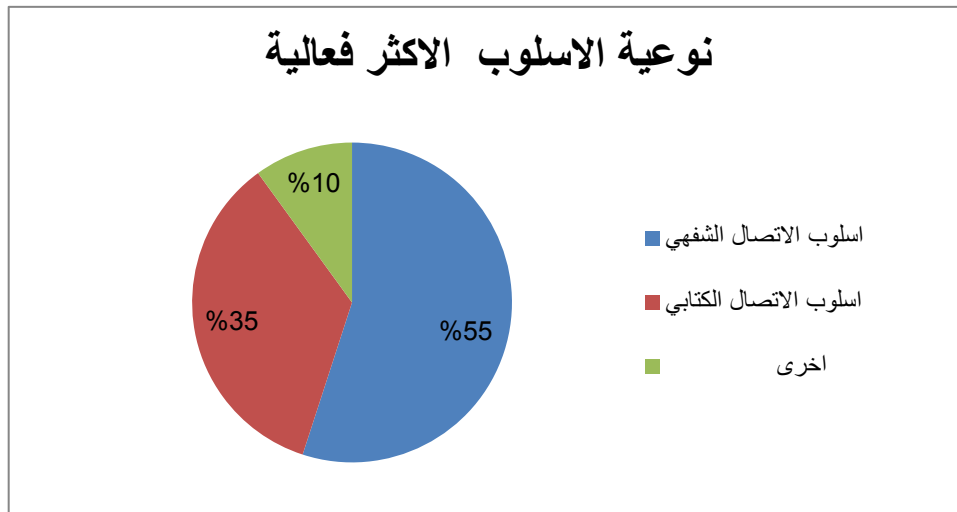


الرسالة داخل المعهد كانت الاغلبية بنسبة 95% وهي تدل على مشاركة من خلال اعمال المنوطة بكل عامل و موظف حيث ان الاغلبية اثبتوا ذلك من خلال الايام الدراسية المنعقدة في المعهد ومشاركتهم في سواء الاتصال الداخلي او الخارجي وتقديم صورة هذا الصرح الجديد في مدينة الشريعة اما النسبة 05% سببها كان في بعض مهام العمال ويكمن دور ونوعية الاتصال لديهم في الاتصال الداخلي

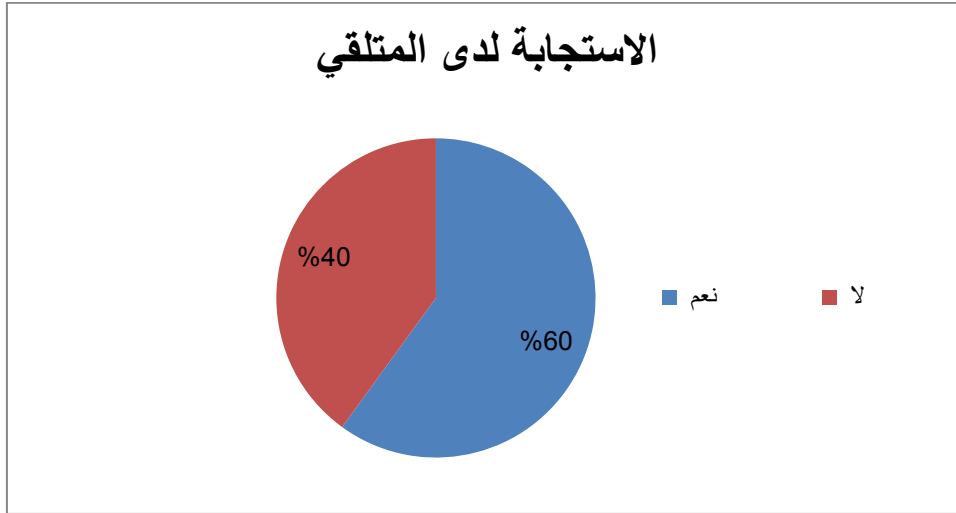


❖ ثالثاً: أساليب الاتصال:

فيما يخص الأسلوب الأكثر فعالية في عملية الاتصال لدى المعهد فقد كانت النسبة في الاتصال فقد كانت النسبة 55% لأسلوب الاتصالات الشفهية بنسبة وهذا ما يتماشى مع قلة عدد العمال وحادثة الموقع اما النسبة الضئيلة والقدرة بـ 10% لاستعمال الموقع الالكتروني في بث الانشطة المقام فيه اما أسلوب الاتصال الكتابي فقد كانت 35% لما تطلبه الإدارة بالتعامل مع الوثائق الإدارية

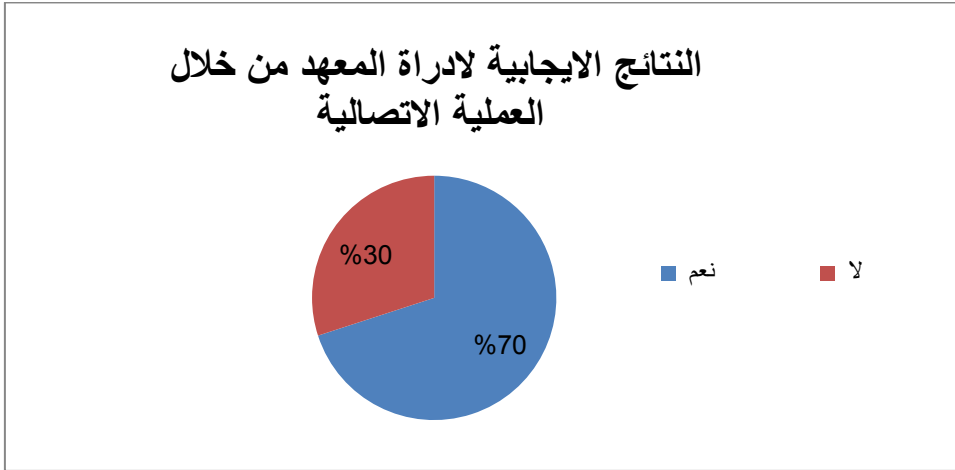


فيما يخص الاستجابة الكافية من طرف المتلقي للرسالة الاتصالية فقد كانت النسبة 60% للإجابة بنعم راجع لفهم البعض لرسالة المتلقي خاصة المرسله من طرف الرئيس نحو المرؤوس وتوضيح مهامه اما بالنسبة 40% فكانت راجع لدم فهم الرسالة وخاصة لدى اصحاب عقود الادمج حاملي الشهادات وتخصصاتهم فأبدوا رأيهم في أنها لا تنوط بتخصصاتهم العملية



فيما يخص أهم المهارات الاتصالية المستعملة من طرف المعهد تكمن في المهارات التي سبق ذكرها والتي تشمل مهارة الانصات والتحدث وغيرها والتي اجمعت الاغلبية على توفرها وخاصة غفي توفر الاسلوب الشفهي الاكثر استعمال

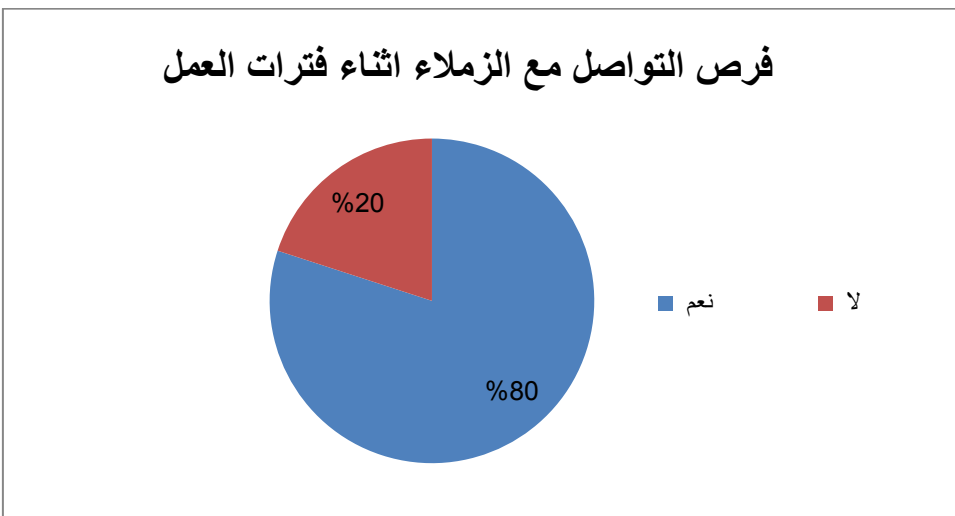
وفيما يخص النتائج الايجابية في ادارة المعهد من خلال ما تؤديه العملية الاتصالية فقد كانت الاغلبية والمقدرة 70% دلالة على اسلوب المستعمل من خلال الاتصال الشفوي الذي يحدد ويوضح طريقة العمل اما النسبة 30% فهذا راجع لعدم فهم البعض الاعمال الموكلة لهم وعلاقتها بتخصصاتهم



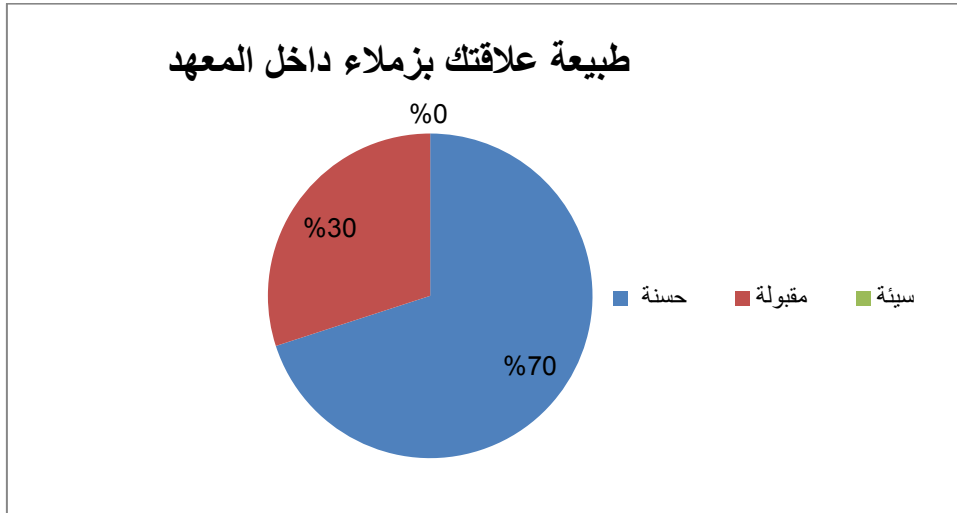
❖ رابعا: دور مهارات الاتصال الشخصي في تشكيل علاقات اجتماعية بين العاملين داخل المؤسسة:

فيما يخص اتاحة الإدارة للتواصل مع الزملاء أثناء فترات العمل فقد كانت النسبة الغالبة

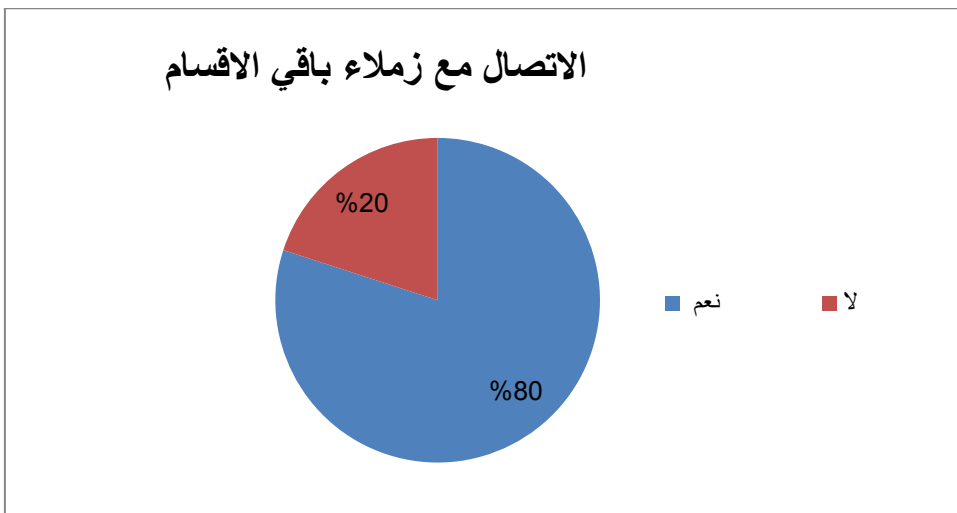
هي 80% وهذا راجع لعدة اسباب منها قلة عدد العمال وكذا عدم وجود اعمال ادارية كثيرة وعدم تسلّم بعض اجزاء المعهد اما النسبة 20% فكانت راجع للبعض المهام وهي الحراسة



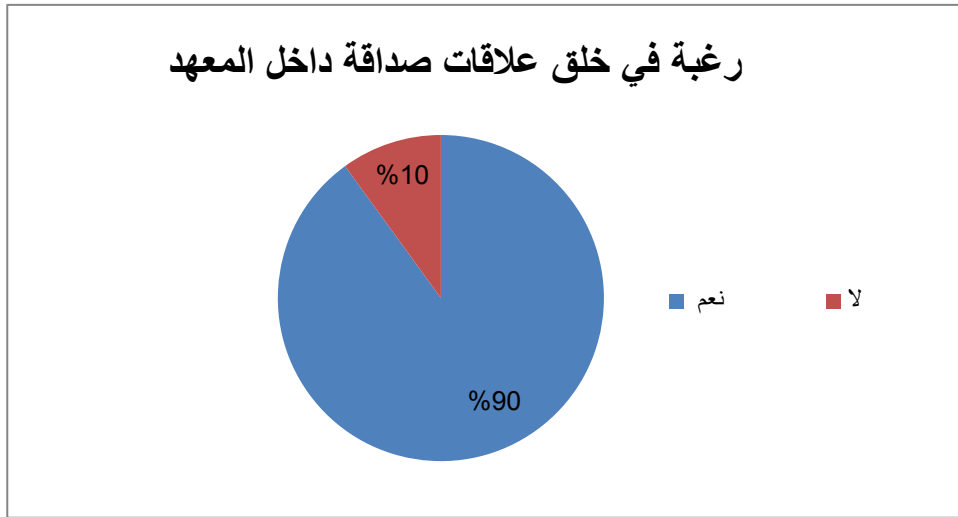
فيما يخص حول طبيعة علاقتك بزملائك داخل المؤسسة فقد كانت النسبة الغالبة 70% حول الطبيعة الحسنة لموظفي المعهد لسهولة الاتصال بين عمال وموظفي المعهد الذي يغلب عليه الاتصال المباشر فيما نجد النسبة 00% حول الطبيعة السيئة وراجع لمشاركة الكل في امور العمل المنوطة بهم اما النسبة 30% راجع لبعض خصوصيات شخصية بعض الافراد وطبيعة العمل



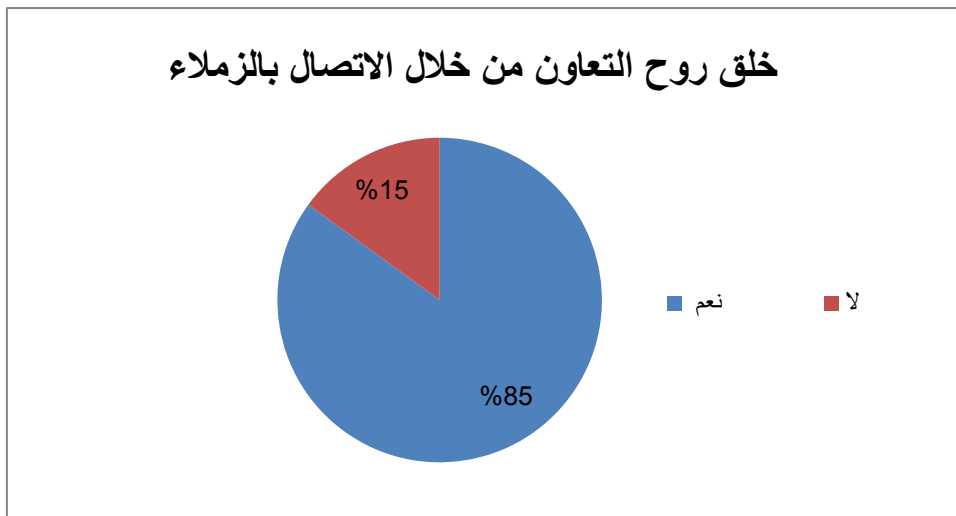
فيما يخص تكوين العلاقات بين العمال داخل المعهد كانت النسبة 80% وهذا راجع لعدة اسباب منها قلة عدد العمال وكذا عدم وجود اعمال ادارية كثيرة وعدم تسلّم بعض اجزاء المعهد اما النسبة 20% فكانت راجع لبعض المهام وهي الحراسة



فيما يخص رغبة في خلق علاقات صداقة داخل المعهد ابدى الجميع رغبتهم في توليد علاقات صداقة مع بعضهم لخلق جو فعال ونشط وروح الجماعة والعمل فكانت النسبة 90% اما النسبة 10% راجع لطبيعة شخصيتهم (الانفرادية في العمل) وكذا الالتزام بالعمل الموكل اليهم



اما في السؤال الاخير حول هل يتيح لك الاتصال بزملائك فرصة للتعاون معهم في تنفيذ امور العمل فقد كانت النسبة الغالبة هي 85% مما يدل على صدق نتائج المتعلقة بتكوين علاقات بين افراد المعهد والتي أثبتت مصداقية النتائج



النتائج والحوصلة :

من خلالنا تفرغ وتحليل الاستبيان توصلنا الى النتائج التالية:

- معظم عمال المعهد عمال مستواهم التعليمي متوسط وأغلبيتهم ذكور وهذا لما تتطلبه بعض المهام مثل الحراسة الليلية .

- لدى عمال وموظفي قابلية للاتصال خاصة الاتصال الداخلي مما يشجع على استخدام مهارات الاتصال الشخصي في خلق علاقات جديدة .

- التسيير الاداري في معهد حديث يتطلب توفر اقدمية تساعد على استخدام مهارات الاتصال الشخصي في خلق علاقات بين العاملين لتسيير العمل الاداري.

- بحكم حداثة المعهد وعدم تسلم بعض اجزائه وقلة عدد العمال ساهم في بروز الاتصال شخصي اكثر من الانواع الاخرى.

- المؤسسة تمارس وظيفة العلاقات العامة لكن تحت مسمى آخر، وبشكل يومي ودائم متمثلة في مديريات فرعية وكذا مصالح .

- ان اغلبية العمال لديهم قابلية في استخدام الاتصال الشخصي مع زملائهم واثاحة الادارة لخلق مثل هذه العلاقات

وفي الاخير تعرفت على معهد التعليم المهني بالشرعية الدور الهام للمهارات الاتصال الشخصي في تعزيز

العلاقة بين العاملين داخل المؤسسة الخدمائية

خاتمة

خاتمة

تسعى كل ادارة في المؤسسة إلى تحقيق أهدافها، من خلال خلق التفاهم المتبادل بينها وموظفيها والعالم الخارجي، والمحافظة على الإتصالات فيما عينهم عن طريق استعمال مهارات اتصالية تتماشى وطبيعة العلاقة والسهر على تدعيم العلاقات الجيدة، لذا ازداد مؤخرا الاهتمام بدراسة تطبيق مبادئ ومفاهيم المهارات الاتصالية في معظم المؤسسات على اختلاف انواعها وهذا ما تسعى اليه المؤسسات الجزائرية. وإستنادا إلى النتائج المتوصل إليها ومن خلال البحث الميداني يمكن القول أن الدراسة حققت الإشكالية المطلوبة والتي تمحور حول معرفة دور مهارات الاتصال الشخصي في تعزيز العلاقة بين العاملين بمعهد التعليم المهني بالشرية ولاية تبسة، حيث توصلنا الى اهمية مهارات الاتصال الشخصي في معهد التعليم المهني الحديث النشأة واستعمال المعهد مما ساهم في تعزيز العلاقة بين العاملين لأسباب المذكورة سلفا في الدراسة التطبيقية واكثر الوسائل المستعمل في الاتصال الشخصي وعلى الاساليب المستعملة وخلقته للعلاقات بين العاملين في هذا المعهد وكذا وجود عدد قليلة من العمال والموظفين خلق روح الجماعة والتعاون وربط علاقات صداقة جديدة ومعرفة سيرورة العمل في معهد وطني استفادت منه المنطقة ولا يمكننا أن ننفي أن المؤسسة تمارس وظيفة العلاقات العامة لكن تحت مسمى آخر (المديريات الفرعية)، وبشكل يومي ودائم وهي المديريات الفرعية والمصالح مما ساهم في ان الإتصال الشخصي الذي اكتسب هذا الامتياز من أسباب عدة منها قلة عدد العمال وكذا بالمعهد يعتبر الثامن وطنيا وصرح جديد استفادت منه منطقة الشريعة ولاية تبسة.

وفي الأخير بجدد بنا القول أن ما توصلنا إليه ليس احتواء كلي لما قمنا وإنما هو إجتهد منا لمحاولة التعرف على معهد التعليم المهني بالشرية الدور البالغ الاهمية لمهارات الاتصال الشخصي في تعزيز العلاقة بين العاملين داخل المؤسسة الجزائرية الخدمائية.

قائمة المصادر والمراجع

المراجع

01- الكتب

* الكتب باللغة الفرنسية

1- Jean Chaumely et Denis huisman ،Les relations publiques .France .
Press,universitaire de France –Vendome– 1967,

* الكتب باللغة العربية

- أسعد الزغبى، مهارات الإتصال، ج2، مطبوعة الجامعة الأردنية ، دت، الأردن
- إبراهيم أبو عرقوب، الإتصال الإنساني ودوره في التفاعل الإنساني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011
- بسام عبدا لرحمان المشاقية، نظريات الإتصال، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2011
- تسيير مشاركة، مبادئ في الإتصال، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2008
- جمال أبو شنب، نظريات الإتصال و الإعلام المفاهيمي المداخل النظرية - القضايا، دار المعرفة الجامعية للنشر و التوزيع، جامعة حلوان، 2008
- جميل احمد خضر ، العلاقات العامة ، الميسر للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 1998
- حسن الحلبي، مبادئ في العلاقات العامة، ط1، منشورات عويدات، بيروت، لبنان، 1980
- زيدان عبد الباقي، وسائل واساليب الإتصال، الطبعة 2، مكتبة النهضة المصرية القاهرة، مصر، 1979
- صالح خليل أبو أصبع، العلاقات العامة و الإتصال الإنسان ، ط3، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان ، الأردن ، 1998

- عمار بوحوش، دليل الباحث في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003
- عبد الرحمان ابراهيم الشاعر، مهارات الإتصال، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2012
- عبد الرزاق ديلمي. العلاقات العامة في المجال الدولي، ط2، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2015
- عبيدة صبطي، مسعودي كلثوم ، مدخل إلى العلاقات العامة، ط1 دار الخلدونية للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2010
- عجوة علي، الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط4، مصر عالم الكتاب القاهرة، دت
- عبد الحميد عطية، محمد محمود مهدي، الإتصال الجماعي، الإتصال الإجتماعي وممارسة الخدمة الإجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، مصر 2003
- علاء محمد القاضي، بكر محمد حمدان، مهارات الإتصال، الطبعة 1، دار للنشر والتوزيع عمان الأردن، 2010
- عبد الحافظ محمد سلامة، الاتصال وتكنولوجية التعليم، دارالياز لعلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2007
- فؤاد شعبان، عبيدة صبطي، تاريخ وسائل الإتصال وتكنولوجياته الحديثة، لجزائر ، دار الخلدونية للنشر و التوزيع 2012
- فاروق يوسف احمد، وسائل جمع البيانات ، مكتبة عين شمس، ط3، القاهرة، 1985
- كامل خور رشيد مراد: الإتصال الجماهيري تطور، الخصائص، النظريات، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2011
- محمد العزازي ، أحمد إدريس. العلاقات العامة المعاصرة، المكتبة العلمية، مصر. 2009
- محمد حربي حسن، العلاقات العامة المفاهيم والتطبيقات، دار الحكمة للطباعة والنشر، العراق 1991

- محمد صاحب سلطان، العلاقات العامة ووسائل الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2011
- موريس، أنجرس. منهجية البحث في العلوم الإنسانية. ترجمة: صحراوي وآخرون. ط1. ، دار القصبه . 2006 الجزائر.
- محمد أبو سمرة. الاتصال الإداري والإعلامي. ط1. الاردن: دار أسامة. 2008
- منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، المكتب الجامعي الإسكندرية، مصر 2002
- 02- المذكرات
- جمال العيفة: الاتصال الشخصي و دوره في العمل السياسي، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الإتصال، الجزائر، 2009
- أحمد أمين محمد عتوم، أهمية الأنشطة الإتصالية في عمل العلاقات العامة، مذكرة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا ، عمان، 2010
- بغداد كمال، النظام القانوني للمؤسسة العامة المهنية الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، رفع قانون المؤسسات، كلية الحقوق، إشراف عمار عوابدي، س، ن ، 2011/ 2012
- رزيقة نقصير ، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة دراسة ميدانية لمؤسسة الاملاح بقسنطينة ، مذكرة ماجستير ، جامعة قسنطينة كلية علوم الاعلام و الاتصال 2006/ 2007
- شذا سليم أبو سليم، مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها في الكليات التقنية بمحافظات غزة من وجهة نظر العاملين مذكرة ماجستير، الجامعة الاسلامية، كلية التجارة: قسم إدارة أعمال، غزة، 2006

-03- المجلات

- الامين بلقاضي الإتصال داخل المؤسسة ، مجلة العلوم الإنسانية، العدد :02 الجزائر، ديسمبر 2014
- سامية لعجال ، سليمة بوزيد ،العلاقات العامة في المنظمة بين المفهوم و الوظيفة ، مجلة كلية الآداب و العلوم الانسانية والاجتماعية ، العدد :02 و 03 ، جامعة بسكرة ، جانفي /جوان 2008
- محمد كريمة فريحة، العلاقات العامة: نظرة تحليلية دراسة ميدانية لمؤسسة الكهرباء و الغاز الجزائرية" ، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك . العدد 5 / 4 . د ت
- يامين بودهان، هل توجد إستراتيجية للعلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية الخاصة، مجلة العلوم الإنسانية ، العدد: 29، (الجزائر) ، 2006، ص11

-04- المواقع الالكترونية

- <http://www.hebron.edu/docs>
- <http://www.uobabylon.edu.iq>
- <https://www.mosoah.com>

- فهرس الأشكال -

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
67	توزيع المبحوثين حسب الجنس	01
68	توزيع المبحوثين حسب السن	02
69	توزيع المبحوثين حسب المستوى	03
69	توزيع المبحوثين حسب الاقدمية	04
70	الاهتمام بالاتصال الداخلي و الخارجي	05
71	وصول الرسالة داخل المعهد	06
71	نوعية الاسلوب الاكثر فعالية	07
72	الاستجابة لدى المتلقي	08
73	النتائج الايجابية لادارة المعهد من خلال العملية الاتصالية	09
73	فرص التواصل مع الزملاء اثناء فترات العمل	10
74	طبيعة علاقتك بزملاء داخل المعهد	11
74	الاتصال مع زملاء باقي الاقسام	12
75	رغبة في خلق علاقات صداقة داخل المعهد	13
75	خلق روح التعاون من خلال الاتصال بالزملاء	14

أَمَلًا حَقًّا

فهرس الملاحق

ملحق 01-الجريدة الرسمية العدد04 الصادر في 28 يناير 2018

ملحق 02 - استمارة الاستبيان حول دور مهارات الاتصال الشخصي في تعزيز العلاقة بين العاملين

في معهد التعليم المهني الشريعة

ملحق 03- الهيكل التنظيمي لمعهد التعليم المهني عمار بن عودة الشريعة

الجدول الملحق "ب" (تابع)

رقم الأبواب	العناوين	الاعتمادات المخصصة (دج)
02-34	الوزير الأول- الأدوات والأثاث	12.000.000
03-34	الوزير الأول- اللوازم	5.000.000
80-34	الوزير الأول- حظيرة السيارات	16.000.000
	مجموع القسم الرابع	53.000.000
القسم الخامس		
أشغال الصيانة		
01-35	الوزير الأول- صيانة المباني	22.000.000
	مجموع القسم الخامس	22.000.000
القسم السابع		
النفقات المختلفة		
01-37	الوزير الأول- النفقات المختلفة.....	10.000.000
	مجموع القسم السابع	10.000.000
	مجموع العنوان الثالث	85.000.000
	مجموع الفرع الجزئي الأول	85.000.000
	مجموع الفرع الأول	85.000.000
	مجموع الاعتمادات المخصصة.....	85.000.000

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 08-293 المؤرخ في 20 رمضان عام 1429 الموافق 20 سبتمبر سنة 2008 الذي يحدد القانون الأساسي النموذجي لمعاهد التعليم المهني،

يرسم ما يأتي :

المادة الأولى : طبقا لأحكام المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 08 - 293 المؤرخ في 20 رمضان عام 1429 الموافق 20 سبتمبر سنة 2008 والمذكور أعلاه، تنشأ معاهد للتعليم المهني وعددها أربعة (4) والمرفقة قائمتها بالملحق بهذا المرسوم.

المادة 2 : ينشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 4 جمادى الأولى عام 1439 الموافق 22 يناير سنة 2018.

أحمد أويحيى

مرسوم تنفيذي رقم 18-10 مؤرخ في 4 جمادى الأولى عام 1439 الموافق 22 يناير سنة 2018، يتضمن إنشاء معاهد للتعليم المهني.

إن الوزير الأول،

- بناء على تقرير وزير التكوين والتعليم المهنيين،
- وبناء على الدستور، لا سيما المادتان 4-99 و 143 (الفقرة 2) منه،

- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 17-242 المؤرخ في 23 ذي القعدة عام 1438 الموافق 15 غشت سنة 2017 والمتضمن تعيين الوزير الأول،

- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 17-243 المؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1438 الموافق 17 غشت سنة 2017 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة،

الملحق

قائمة المعاهد الوطنية المتخصصة في التكوين المهني (9)

مقر المعهد	تسمية المعهد
	12 - تبسة :
بلدية بولحاف الدير	المعهد الوطني المتخصص في التكوين المهني ببولحاف الدير
	14 - تيارت :
بلدية السوقر	المعهد الوطني المتخصص في التكوين المهني بالسوقر
	15 - تيزي وزو :
بلدية أزفون	المعهد الوطني المتخصص في التكوين المهني بأزفون
	19 - سطيف :
بلدية عين أرناط	المعهد الوطني المتخصص في التكوين المهني بعين أرناط
	22 - سيدي بلعباس :
بلدية سيدي بلعباس	المعهد الوطني المتخصص في التكوين المهني بسيدي بلعباس 2
	25 - قسنطينة :
المدينة الجديدة علي منجلي بلدية عين سمارة	المعهد الوطني المتخصص في التكوين المهني بالمدينة الجديدة علي منجلي
	35 - بومرداس :
بلدية بودواو	المعهد الوطني المتخصص في التكوين المهني ببودواو
	43 - ميله :
بلدية شلغوم العيد	المعهد الوطني المتخصص في التكوين المهني بشلغوم العيد
	46 - عين تموشنت :
بلدية عين تموشنت	المعهد الوطني المتخصص في التكوين المهني بعين تموشنت 2

الملحق

قائمة معاهد التعليم المهني (4)

مقر المعهد	تسمية المعهد
بلدية الشريعة	12 - تبسة : معهد التعليم المهني بالشريعة
وادي فالي بلدية تيزي وزو	15 - تيزي وزو : معهد التعليم المهني بتيزي وزو
بلدية بومرداس - الساحل	35- بومرداس : معهد التعليم المهني ببومرداس
بلدية حجوط	42 - تيبازة : معهد التعليم المهني بحجوط

مرسوم تنفيذي رقم 18-11 مؤرخ في 4 جمادى الأولى عام 1439 الموافق 22 يناير سنة 2018، يتضمن إنشاء معاهد وطنية متخصصة في التكوين المهني.

إنّ الوزير الأول،

- بناء على تقرير وزير التكوين والتعليم المهنيين،
- وبناء على الدستور، لا سيما المادتان 99-4 و 143 (الفقرة 2) منه،

- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 17-242 المؤرخ في 23 ذي القعدة عام 1438 الموافق 15 غشت سنة 2017 والمتضمن تعيين الوزير الأول،

- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 17-243 المؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1438 الموافق 17 غشت سنة 2017 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 12-125 المؤرخ في 26 ربيع الثاني عام 1433 الموافق 19 مارس سنة 2012 الذي يحدد القانون الأساسي النموذجي للمعاهد الوطنية المتخصصة في التكوين المهني،

يرسم ما يأتي :

المادة الأولى : طبقا لأحكام المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 12 - 125 المؤرخ في 26 ربيع الثاني عام 1433 الموافق 19 مارس سنة 2012 والمذكور أعلاه، تنشأ معاهد وطنية متخصصة في التكوين المهني وعددها تسعة (9) والمرفقة قائمتها بالملحق بهذا المرسوم.

المادة 2 : ينشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 4 جمادى الأولى عام 1439 الموافق 22 يناير سنة 2018.

أحمد أويحيى

استبيان حول دور مهارات الاتصال الشخصي في تعزيز العلاقة بين العاملين في

معهد التعليم المهني الشريعة

❖ أولاً: البيانات الشخصية :

- 1- الجنس : ذكر - أنثى
- 2- السن: من 18 الى 24 من 25الى 34 من 35الى44 من 45الى54 من 55 فاكتر
- 3- المستوى الدراسي: بدون مستوى - متوسط - ثانوي - جامعي
- 4- الحالة الاجتماعية: أعزب - متزوج - مطلق - أرملة
- 5- الاقدمية : اقل من 5 سنوات - من 5 إلى 10 سنوات - أكثر من 10 سنوات

❖ ثانيا : الاتصال بالمؤسسة

- ماهي أهم أنواع الاتصال التي تستخدمونها في معهدكم ؟ -
.....

- هل يتم الاهتمام بالاتصال الداخلي والخارجي للمعهد؟ - نعم - لا
- كيف تصل الرسالة داخل المؤسسة ؟
- إعلانات - اجتماعات - لقاءات - أخرى

❖ ثالثا: أساليب الاتصال:

ما هو الأسلوب الأكثر فعالية في عملية الاتصال لدى المعهد ؟

- أسلوب الاتصال الشفهي -أسلوب الاتصال الكتابي -أخرى
- على إي أساس يتم أسلوب الاتصال ؟ -.....

-هل هناك استجابة كافية من طرف المتلقي للرسالة الاتصالية ؟ في حالة النفي اشرح ذلك؟ -نعم لا

-.....

ما هي أهم المهارات الاتصالية المستعملة من طرف معهدكم ؟ اذكرها

.....-

-هل تؤدي العملية الاتصالية نتائج ايجابية في إدارة معهد التعليم المهني ؟

- نعم - لا

❖ رابعا: دور مهارات الاتصال الشخصي في تشكيل علاقات اجتماعية بين العاملين داخل المعهد

هل تتيح لك الإدارة فرصة للتواصل مع زملائه أثناء فترات العمل ؟ - نعم - لا

ما هي طبيعة علاقتك بزملائك داخل المعهد ؟

-حسنة - مقبولة - سيئة

هل تتصل مع زملائك في باقي اقسام المؤسسة ؟

-نعم - لا

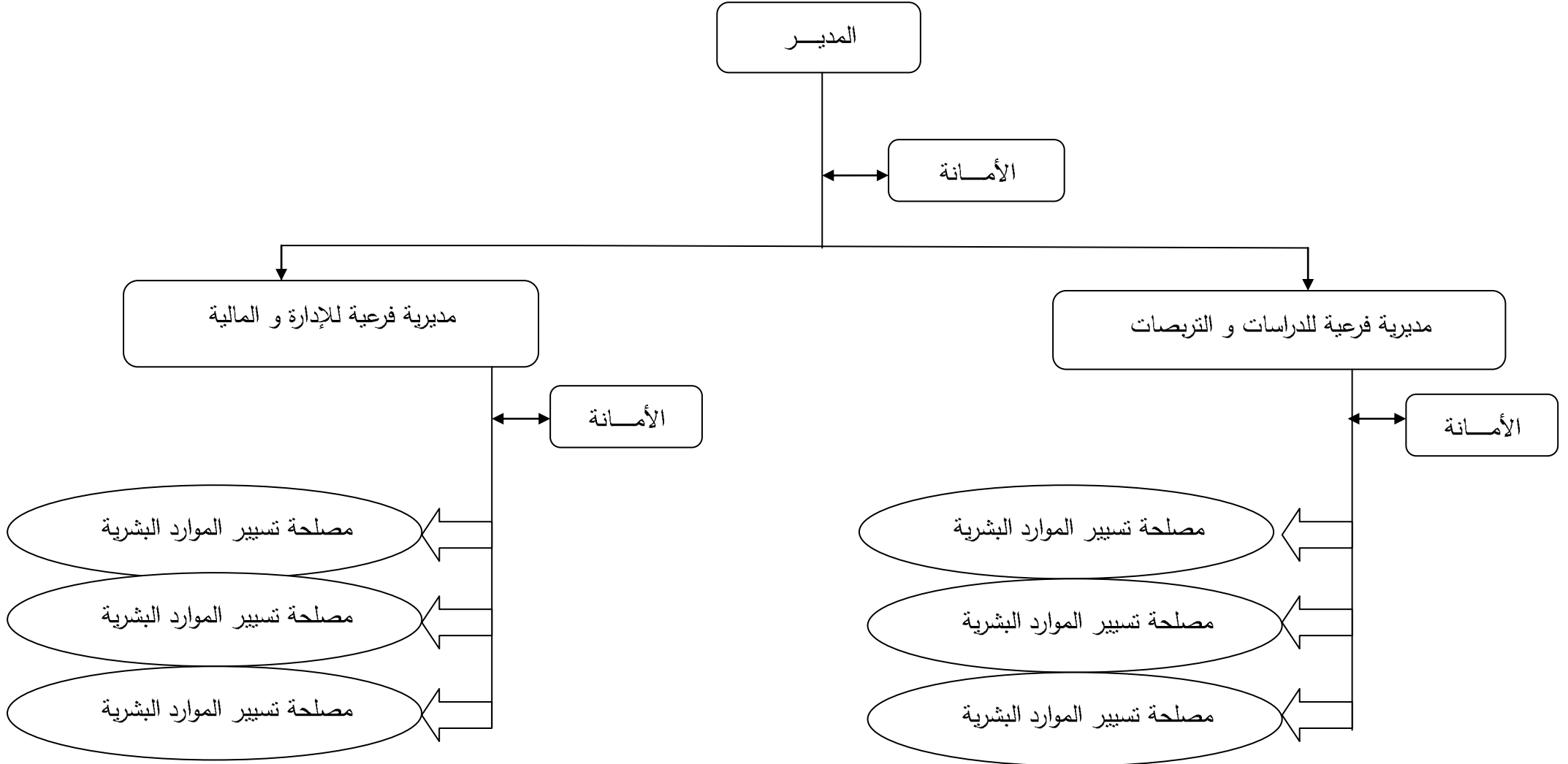
هل اتصالك بزملائك يولد لديك رغبة في تكوين علاقات صداقة معهم ؟

-نعم - لا

هل يتيح لك الاتصال بزملائك فرصة للتعاون معهم في تنفيذ امور العمل ؟

-نعم - لا

الهيكل التنظيمي لمعهد التعليم المهني عمار بن عودة الشريعة



ملخص الدراسة :

تهدف دراستنا الحالية الى كشف عن الدور الذي تلعبه مهارات الاتصال الشخصي في تعزيز العلاقة بين العاملين في معهد التعليم المهني الشريعة .

الأسباب التي دفعتنا لإختيار هذا الموضوع هي الرغبة في التعرف توضيح اهمية مهارات الاتصال الشخصي في المؤسسات العمومية خاصة ، والرغبة في التمرن على إعداد دراسات وأبحاث أكاديمية. وقد تناولت إشكالية الدراسة والمتمثلة في: ما دور مهارات الاتصال الشخصي في تعزيز العلاقة بين العاملين بمعهد التعليم المهني بالشريعة ولاية تبسة ؟ حيث اسقطت هذه الاشكالية على عينة من موظفي المعهد وتوصلنا الى النتائج من خلال البحث الميداني يمكن القول أن الدراسة حققت الفرضية العامة والتي تمحور حول معرفة مهارات الاتصال الشخصي المستعملة ودورها في تعزيز العلاقة بين العاملين في معهد التعليم المهني حيث توصلنا الى اهمية مهارات الاتصال الشخصي في معهد التعليم المهني الحديث النشأة واستعمال المعهد مما ساهم في تعزيز العلاقة بين العاملين لأسباب المذكورة سلفا في الدراسة التطبيقية واكثر الوسائل المستعمل في الاتصال الشخصي وعلى اساليب المستعملة وخلق العلاقات بين العاملين في هذا المعهد وكذا وجود عدد قليلة من العمال والموظفين خلق روح الجماعة والتعاون وربط علاقات صداقة جديدة ومعرفة سيرورة العمل في معهد وطني استفادت منه المنطقة .

Résumé de l'étude :

Notre étude actuelle a pour objectif de révéler le rôle que les compétences en communication interpersonnelle jouent dans l'amélioration des relations entre les employés de l'Institut de formation professionnelle de CHERIA, en raison du désir d'identifier l'importance des compétences en communication personnelle dans les institutions publiques, en particulier du désir de pratiquer. Préparation des études et des recherches universitaires Le problème de l'étude a été abordé :

Quel est le rôle des compétences en communication interpersonnelle dans l'amélioration de la relation entre les employés de l'Institut de formation professionnelle en charia wilaya de Tébessa ? Lorsque le problème a été abandonné sur un échantillon du personnel de l'Institut et que nous avons obtenu les résultats de la recherche sur le terrain, on peut affirmer que l'étude a atteint l'hypothèse turban, qui met l'accent sur la connaissance des compétences de communication interpersonnelle acquises et son rôle dans l'amélioration de la relation entre les employés de l'Institut de formation professionnelle où nous avons atteint l'importance des compétences de communication personnelle à Et l'utilisation de l'Institut, qui a contribué à renforcer les relations entre les travailleurs pour les raisons mentionnées dans l'étude appliquée et les moyens les plus couramment utilisés dans la communication personnelle ainsi que les méthodes utilisées et les relations créées entre les employés. Les travailleurs de l'Institut ainsi que La présence d'un petit nombre de travailleurs et d'employés crée un esprit de communauté et de coopération, ainsi que de nouvelles amitiés et une connaissance du processus de travail dans un institut national bénéficiant de la région.