



جامعة مولود معمري تيزي وزو



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

فرع علوم الإعلام والاتصال

تحت عنوان:

دور الاتصال الشخصي في تحسين صورة المؤسسة

الخدماتية لدى جمهورها الداخلي

دراسة مسحية على عينة من موظفي مديرية السكن لولاية تيزي وزو

من 15 مارس إلى 15 سبتمبر 2021

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص : اتصال تنظيمي

تحت إشراف الأستاذة:

أ. بلحاجي زهرة

من إعداد الطالبين :

لغليد ماسي

حمّار منوار

السنة الجامعية: 2020-2021

كلمة شكر

أولاً وقبل كل شيء، نحمد الله الكريم العزيز الحميد على منّه وكرمه و توفيقه لإتمام هذا العمل المتواضع وإنجازه على هذا الوجه فله كل الفضل والشكر على ذلك.

ثم نتوجه بالشكر الجزيل إلى أستاذتنا التي تفضلت بالإشراف على هذه الدراسة، الأستاذة المحترمة بلحاجي زهرة التي أعطتنا من وقتها وعلمها، وأحاطتنا بتوجيهاتها ونصائحها طيلة إنجاز هذا العمل.

إهداء

إلى والدي العزيزين أطال الله في عمرهما، وإلى أخي وأخواتي الثلاثة أجمعين
الله سبحانه لي.

ولا أنسى من أفراد عائلتي، خالتي وأخوالي وابن عمي لتشجيعهم لي في
دراستي وإنجاز هذا العمل المتواضع، وإلى روح جدي العزيزة تخمدها الله
برحمته الواسعة

كما أقدم إهدائي لأصدقائي دون استثناء وإلى كل من قدم لي يد العون من
قريب أو من بعيد.

منوار

إهداء

إلى المولود الجديد ابن أختي أيلان حفظه الله و رعاه
إلى الوالدين الكريمين أطال الله في عمرهما ، اللذين أدين لهما بكل
الامتنان
و الشكر و العرفان. و إلى اختي التي لم تبخل علي بإمدادي بيد العون
والمساعدة، دون أن أنسى أخوالي و خالتي و أولادهم و جدتي.
إلى كل أفراد عائلتي و أحبتي و الأصدقاء دون استثناء. و إلى روح جدي و
خالتي العزيزين تغمدهما الله برحمته .
إلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد لإتمام هذا العمل.
إلى كل هؤلاء ، أهدي هذا العمل و أرجو من الله العلي القدير أن يوفقنا لما
فيه
خيرنا و صلاح أمرنا و استقامة نهجنا إن شاء الله

فهرس المحتويات

	شكر وعران
	إهداء
	خطة الدراسة
أ-ج	مقدمة
الإطار المنهجي	
5	إشكالية الدراسة وتساؤلات الدراسة
7	أسباب اختيار الموضوع
8	أهداف الدراسة
8	أهمية الموضوع
10	تحديد المصطلحات
18	نوع الدراسة ومنهجها
20	مجتمع البحث وعينة الدراسة
21	أدوات جمع البيانات
23	المجال الزماني والمكاني
25	الدراسات السابقة
الفصل الأول: الاتصال الشخصي	
32	تمهيد
33	المبحث الأول: تطور مفهوم الاتصال الشخصي وبعض المفاهيم المرتبطة به
36	المبحث الثاني: عناصر وأشكال الاتصال الشخصي
40	المبحث الثالث: أهمية الاتصال الشخصي
41	المبحث الرابع: نماذج الاتصال الشخصي
46	المبحث الخامس: مهارات الاتصال الشخصي
52	المبحث السادس: معوقات الاتصال الشخصي

56	خلاصة
الفصل الثاني: المؤسسة الخدمائية	
58	تمهيد
59	المبحث الأول: مفهوم المؤسسة الخدمائية وخصائصه
61	المبحث الثاني: أنواع المؤسسة الخدمائية
63	المبحث الثالث: وظائف المؤسسة الخدمائية
65	المبحث الرابع: دور وأهداف المؤسسة الخدمائية
68	المبحث الخامس: عوائق المؤسسة الخدمائية وآفاقها
72	خلاصة
الفصل الثالث: الصورة الذهنية	
74	تمهيد
75	المبحث الأول: نشأة الصورة الذهنية
77	المبحث الثاني: خصائص وسمات الصورة الذهنية
79	المبحث الثالث: وظائف وبرامج الصورة الذهنية
82	المبحث الرابع: مكونات الصورة الذهنية
84	المبحث الخامس: أهمية الصورة الذهنية
87	المبحث السادس: وسائل تحسين صورة المؤسسة الذهنية للمؤسسة
92	خلاصة
الفصل الرابع: الجمهور الداخلي	
94	تمهيد
95	المبحث الأول: مفهوم الجمهور الداخلي
96	المبحث الثاني: أنواع الجمهور الداخلي
98	المبحث الثالث: صفات الجمهور الداخلي
99	المبحث الرابع: أهمية وأهداف الاتصال بالجمهور الداخلي
101	المبحث الخامس: نظم الاتصال بالجمهور الداخلي

102	خلاصة
الإطار التطبيقي	
104	تمهيد
105	بطاقة فنية لمديرية السكن لولاية تيزي وزو
110	تفريغ البيانات من خلال الجداول البسيطة
133	تفريغ البيانات من خلال الجداول المركبة
143	نتائج الدراسة
149	خاتمة
151	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق
	فهرس الجداول والأشكال
	فهرس المحتويات

مقدمة:

لقد حظي الاتصال باهتمام كبير من طرف الباحثين والقادة الإداريين عند دراسته لسلوك الأفراد في المجتمعات.

ويعد الاتصال ضروريا في كل مجالات الحياة باعتباره عملية أساسية بين البشر، وذلك ما يبرز أهمية اتخاذ هذا السلوك كأحد الأساليب التي يتم بواسطتها نقل الأفكار والمعلومات بين الأفراد والجماعات بمختلف الوسائل سواء كانت لفظية أو كتابية أو في شكل إشارات، ومن خلال هذه العملية يجري تبادل الآراء والاتجاهات قصد تحقيق هدف أو أهداف مرغوبة، حيث يساهم الاتصال في عملية التنظيم من خلال إيجاد الانسجام داخل مختلف المؤسسات لتحقيق أهدافها المنشودة وضمان بقاءها واستمراريتها.

إن للاتصال بمختلف أشكاله دورا هاما داخل مختلف المؤسسات من خلال تزويد العاملين بمختلف اللوائح والقرارات والتوجيهات والإرشادات وتحقيق الفهم المتبادل بينهم لمعلومات، مما يمكنهم من إنجاز أعمالهم بدقة وكفاءة عالية، وقد يعد الاتصال الشخصي أبرز أشكال الاتصال التي تزيد من ارتباط العمال بعضهم البعض وتولد لديهم الإرادة والطموح، مما يدفعهم للرفع من أدائهم بصفة تلقائية نتيجة لما يتركه هذا النوع من الاتصال على نفسيتهم وعلى صورة المؤسسة.

إن هذا نوع من الاتصال يساهم في انسياب وتدفق المعلومات والبيانات داخل المؤسسة وانتقالها بين العاملين في مختلف مستوياتهم التنظيمية، كما يعمل على وصولها في الوقت المناسب وبالصورة الصحيحة التي تساعد على الوصول إلى اتخاذ القرارات المناسبة عن طريق اختيار أفضل البدائل التي تساعد على بلوغ المصلحة العامة وتضمن البقاء والاستقرار للمؤسسة.



وإلى جانب الاتصال الشخصي نجد الصورة الذهنية وأهميتها بالنسبة للفرد والمؤسسة، نظرا لما تقوم به من دور هام في تكوين الانطباعات والآراء واتخاذ القرارات وتشكيل السلوك.

أصبحت الصورة الذهنية هدفا أساسيا تسعى إليه جميع المؤسسات التي تنشئ البقاء والاستمرار، وقد ازدادت أهميتها في الآونة الأخيرة حيث طرحت عدة تساؤلات للنقاش تتعلق بمدى الحاجة إلى مؤسسات قوية وقادرة على أداء ما يستند إليها من مهام في كل التطورات الجديدة التي عرفتها الساحة الدولية.

وبالتالي أصبح للاتصال والصورة الذهنية أهمية كبيرة وهي تزداد يوما بعد يوم لدى المؤسسات على اختلاف طبيعتها ونشاطها في مختلف أنحاء العالم.

ومن خلال ما تقدم ستسعى الدراسة الحالية إلى معرفة دور الاتصال الشخصي في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية لدى جمهورها الداخلية داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو، فقد تم تقسيم هذه الدراسة على النحو التالي:

-الإطار المنهجي للدراسة، إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، أهمية الدراسة وأهدافها، دوافع وأسباب اختيار الموضوع، من ثم تحديد المفاهيم وعرض الدراسات السابقة المتعلقة بمتغيرات الدراسة، كما اشتمل هذا الإطار نوع الدراسة ومنهجها، إضافة إلى مجتمع البحث وأدوات جمع المعلومات، وأخيرا تحديد مجالات الدراسة.

في حين خصص الفصل الأول للحديث عن تطور مفهوم الاتصال الشخصي وبعض المفاهيم المرتبطة به، عناصره وأشكاله، ثم الحديث عن أهمية الاتصال الشخصي داخل المؤسسة، نماذج الاتصال الشخصي، مهارات الاتصال الشخصي، وأخير التطرق إلى عوائق الاتصال الشخصي.



أما الفصل الثاني تم التطرق إلى الإطار المفاهيمي للمؤسسة الخدماتية من خلال تحديد أهم أنواع المؤسسة الخدماتية ووظائفه، من ثم التعرض إلى دور وأهداف المؤسسة الخدماتية وأخيرا أهم معوقاتهما.

في حين خصص الفصل الثالث تطرقنا إلى مفهوم الصورة الذهنية من خلال تحديد خصائصه وسماته، ثم التعرض إلى أهم مكونات الصورة الذهنية، وكذا أهمية الصورة الذهنية وأخيرا وسائل تحسين الصورة الذهنية

أما الفصل الرابع للحديث عن مفهوم الجمهور الداخلي، وأهم أنواع الجمهور الداخلي، من ثم تطرقنا إلى صفات الجمهور الداخلي وكذا أهميته وأهدافه، وأخيرا نظم الاتصال بالجمهور الداخلي

وأخيرا الإطار المنهجي فقد اشتمل بطاقة فنية لمديرية السكن لولاية تيزي وزو وهيكله التنظيمي، ثم تحليل وتفرغ البيانات ومناقشة أهم النتائج على ضوء التساؤلات.



1/ إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

يعد الاتصال حاجة ضرورية في البيئة الأساسية لأي مؤسسة كونه يمثل عملية إدارية واجتماعية حيث تتفاعل جماعات العمل مع بعضها البعض داخل المنظمة أو خارجها، فوجود الاتصال يسمح لأفراد المؤسسة معرفة الصورة الحقيقية لسير العمل مما يمكنهم من تحقيق أهداف المؤسسة.

وتعد عملية الاتصال شيئاً مهماً في حركية أي مؤسسة أو تنظيم إداري، ففي الإدارة الجزائرية يلعب الاتصال دوراً فعالاً في تحقيق أهدافها، لأنه أصبح عنصر أساسياً في تخطيطها وتسييرها، حتى أن نشاطها أصبح مرهوناً بمدى كفاءة اتصالاتها وسرعتها.

وبهذا الخصوص يمكن القول بأن العمل الإداري في الجزائر والعملية الاتصالية عاملان لا ينفصلان، حيث تعتبر الإدارة في الجزائر القاعدة الأساسية للدولة، وهي أداة من أدوات التنمية، فالإتصال يعد العصب الرئيسي للعملية الإدارية، فلإدارة بحاجة إلى تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة، وكل هذه الوظائف لا تتم إلا من خلال فعالية الاتصال.

ومع ظهور وسائل وتكنولوجية الإعلام والاتصال سهلت هذه الأخيرة حياة الأفراد والجماعات والتنظيمات بفضل قدراتها العالية على نقل المعلومات والأفكار والاتجاهات. وتحللت التكنولوجيات الحديثة مكانة هامة في مختلف القطاعات، خاصة الإدارية، حتى أن الإدارة الجزائرية تبنت العمل بها وذلك بفضل دورها الكبير في دعم الابتكار وخلق فرص جديدة للتنمية، لا سيما في ظل التحولات والمتغيرات التي أفرزتها العولمة. ومن بين المديرات التي تعتمد على التكنولوجيا الحديثة، نجد مديرية السكن لولاية تيزي وزو التي تستخدم الوسائل التكنولوجية الحديثة من أجل تبسيط الإجراءات الإدارية وتحسين خدماتها، اللامركزية في إصدار الوثائق، وهذا قصد عصنة إدارتها.

ورغم كل ذلك يبقى الاتصال الشخصي أحد أنواع الاتصال المستخدمة داخل المديرية و الذي له دور في تزويد العاملين بمختلف اللوائح والقرارات والأوامر والتوجيهات والتفسيرات والنماذج والإرشادات والصلاحيات الخاصة وتحقيق الفهم المتبادل بينهم للمعلومات مما يمكنهم من إنجاز أعمالهم بدقة وكفاءة عالية. فالإتصال الشخصي يشير إلى عملية نقل وتبادل المعلومات بين القائم بالاتصال والمتلقي وجها لوجه، بواسطة رموز لفظية أو غير لفظية، ودون عوامل أو قنوات وسيطة، قصد التأثير في بعضهم البعض، حيث يعطي فرصة أكبر للتفاهم والوصول إلى نتائج حقيقية ملموسة.

فوجود الإتصال الشخصي الفعال يزيد من ارتباط العمال بعضهم البعض ويولد لديهم الإرادة والطموح مما يمنح للمؤسسة مكانة هامة لدى جمهورها الخارجي عامة والداخلي خاصة، كما يمكن للإتصال الشخصي من كسب ثقة أفراد المديرية وكذلك تحسين صورتها لديهم، حيث تعد الصورة الذهنية للمؤسسة واحدة من أهم المرتكزات والمكتسبات التي تراعيها مديرية السكن لولاية تيزي وزو، حيث لا يمكن لأي مؤسسة أو مديرية العمل في أجواء طبيعية ما لم تهتم لطبيعة الصورة المشكلة عنها لدى جمهورها الداخلي.

والمؤسسات الخدمائية من بين المؤسسات التي تحتاج إلى جمهورها لكي تحافظ على مكانتها بين المؤسسات المنافسة لأنها تسعى إلى الربح وهذا الأخير يتطلب وجود استقرار وثقة في جمهورها الداخلي، وباعتبار أن مديرية السكن لولاية تيزي وزو مؤسسة خدمائية إرتينا أن ندرس الإتصال الشخصي وعلاقته بتحسين صورة هذه المديرية لدى جمهورها الداخلي ومعرفة إذا كانت صورة مديرية السكن لدى جمهورها تلعب دورا هاما في نجاحها، ومن أجل الوصول إلى هذا الهدف نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما دور الإتصال الشخصي في تحسين صورة مديرية السكن لولاية تيزي وزو ؟

وانبثقت من الإشكالية المطروحة مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

- ماهي أشكال و وسائل الاتصال الشخصي في مديرية السكن لولاية تيزي وزو؟
- ماهي المكانة التي يحظى بها الاتصال الشخصي في مديرية السكن لولاية تيزي وزو؟
- هل توجد علاقة بين الاتصال الشخصي و الصورة الذهنية لمديرية السكن لولاية تيزي وزو لدى موظفيها؟
- ماهي العوائق التي تقف دون تشكيل صورة ذهنية حسنة عن مديرية السكن لولاية تيزي وزو لدى موظفيها؟

2/ أسباب اختيار الموضوع:

هناك أسباب ذاتية أخرى موضوعية جعلتنا نختار الموضوع ونقيم بحثنا عليه وهي كالاتي:

أ/ الأسباب الذاتية:

- الميل الشخصي للمواضيع المتعلقة بالاتصال عموما والاتصال الشخصي خصوصا
- الرغبة في اكتشاف الواقع الاتصالي للمؤسسة وكيفية سيره
- معرفة العلاقة بين الاتصال الشخصي وتحسين الصورة الذهنية لمديرية السكن لولاية تيزي وزو
- الاهتمام الذاتي لمعرفة كيفية مساهمة الاتصال الشخصي في تحسين صورة مديرية السكن لولاية تيزي وزو

ب/ الأسباب الموضوعية:

- اسقاط ما تم دراسته في الجانب النظري على أرض الواقع وبالتحديد على مديرية السكن
- نقص الدراسات التي تناولت دور الاتصال الشخصي في تحسين صورة المؤسسة الخدماتي

3/ أهداف الدراسة:

ككل بحث أو دراسة هناك أهداف توضع و تحدد بدقة بغية الوصول إليها من خلال تناولها لهذا الموضوع و نذكر منها:

- التعرف على أشكال الاتصال الشخصي السائدة داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو و دورها في تحسين صورتها

- يهدف موضوع هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة ومكانة الاتصال الشخصي في مديرية السكن لولاية تيزي وزو

- التعرف على العوائق التي تقف دون تشكيل صورة ذهنية حسنة لمديرية السكن لولاية تيزي وزو.

4/ أهمية الموضوع:

تتبع أهمية هذا البحث من عدة اعتبارات أهمها:

كون المعلومة أساس أي عمل ناجح و فعال تمثل هذه الدراسة أهمية كبيرة و ذلك لاحتوائها على طرفين نحن بصدد دراستهما و هما الاتصال الشخصي و تحسين صورة المؤسسة الخدماتية باعتبارهما من أهم العمليات الإدارية داخل أي مؤسسة، فمن خلال الاتصال الشخصي يتم تبادل المعلومات بين الرؤساء و المرؤوسين، حيث يتعرف الرؤساء على ردود أفعال العاملين نحو ما يردهم من معلومات، فيضمن هذا الأسلوب اكتشاف المشكلات و الصعوبات في أوانها، كما يكشف مدى فهم و تجاوب العاملين مع الرسالة التوجيهية التي اشتركوا في مناقشتها، و بالتالي الاستفادة منها من أجل تشكيل صورة ذهنية حسنة داخل المؤسسة مجال الدراسة.

أن الاتصال داخل المؤسسة هو أحد أهم اهتمامات الباحثين في حقول الاعلام و الاتصال نظرا لأهميته البالغة في حركية المؤسسة و عليه فإن العملية الاتصالية داخل

المؤسسة تؤثر فاعليتها على الصورة التي تتكون عند الافراد و الجماعات لذلك من الضروري معرفة مدى أهمية و دور الاتصال الشخصي في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية، حيث يشير التراكم العلمي إلى ندرة الدراسات التي اهتمت بموضوع الصورة الحسنة للمؤسسة عموما و خصوصا تلك التي رصدت دور الاتصال الشخصي في تحسين صورة المؤسسة خاصة أن العملية الاتصالية تعتبر العمود الفقري للمؤسسة و المحرك الأساسي لها مما يخلق عند الجمهور الداخلي فرص الثقة و الالتزام للمؤسسة التي يعملون بها. وعلسه تظهر أهمية هذه الدراسة في إثراء الحقل المعرفي في هذا المجال.

5/ تحديد المصطلحات:

❖ مفهوم الدور:

(أ) لغة: مجموعة من المسؤوليات والأنشطة والصلاحيات الممنوحة لشخص أو جماعة، جاء من اللفظ دور ومصدره دار وجمعه أدوار بمعنى قام.¹

(ب) اصطلاحاً: الدور هو سلوك متوقع يرتبط بموضوع اجتماعي معين و للدور معنيين :

الأول ستاتيكي: يقصد بذلك المعنى الذي يرتبط به مثال ذلك أ، يرتبط بدور معين بجنس معين باعتبار ذلك أمراً بديهياً أو شائعاً داخل المجتمع .

الثاني معياري: فهو الذي يتوقع الدور والدور المقابل ويتم تحديد هذا طبقاً لما يعتقد أنه هو الوضع الصحيح الذي يجب أن يتبع.²

و الدور كذلك هو مجموعة من النماذج الاجتماعية المرتبطة بمكانة معينة و تحتوي على مواقف و قيم و سلوكات محددة من طرف المجتمع لكل فرد يشغل هذه المكانة و يفرق " لينتون" بين المكانة و الدور حيث يعتقد أن المكانة هي مجموعة الحقوق و الواجبات و أن الدور هو المظهر الديناميكي للمكان ، فالسير على هذه الحقوق و الواجبات معناه القيام بالدور.³

و عرف الدور على أنه " طريقة و أسلوب تفكير الشخص (معنوي أو مادي) في دوره الاجتماعي و فكرته كما ينبغي أن يفعله."⁴

¹- معنى خليل عمر: معجم علم الاجتماع المعاصر، ص 362.

²- عصمت عدلي: علم الاجتماع الأمني (الأمن والمجتمع)، د.ط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2001، ص14

³- محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، د.ط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1995، ص390

⁴- عصمت عدلي: مرجع سابق، ص17

ج) التعريف الاجرائي:

يمكننا تعريف دور اجرائيا، بحيث نحاول دراسة مفهومه في مديرية السكن لولاية تيزي وزو. اذ أنه الجزء الذي ينبغي أن يلعبه الاتصال الشخصي في تحسين الصورة الذهنية للمديرية عن موظفيها.

❖ مفهوم الاتصال:

أ) لغة : تعني كلمة اتصال Communication التعبير و التفاعل من خلال بعض الرموز لتحقيق هدف معين ، و تتطوي على عنصر القصد و التدبير. هذه الكلمة مشتقة من الأصل اللاتيني Communs بمعنى المشاركة و تكوين العلاقة أو بالمعنى الشائع أو المؤلف ، كما أرجع البعض أصل هذه الكلمة الى Commons بمعنى عام أو مشترك . و أي من هذه المفاهيم يوضع لنا الاتصال عملية تتضمن المشاركة حول موضوع لتحقيق هدف معين.

كما يرجع أصل الكلمة في اللغة العربية الى الفعل 'اتصل' و الاسم يعني المعلومات أو الرسالة الشفوية أو تبادل الأفكار و الآراء و المعلومات عن طريق الكلام أو الاشارات. كما عرفها " مختار القاموس" بأنه : " وصل الشيء بالشيء ، و هناك قواميس عربية انجليزية ما يستخدم فعل Communicate و كلمة Communication كأحد المرادفات للفعل العربي ' وصل' ، 'شارك' و 'تفاعل' ¹

¹ - مي عبد الله: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، ط1، بيروت، 2006، ص23

ب) اصطلاحاً:

توجد تعريفات عديدة لمصطلح الاتصال منها :

تعريف " كارل هوفلاند " : " ان الاتصال هو العملية التي يقدم خلالها القائم بالاتصال منبهات (عادة رموز لغوية) لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين (مستقبلي الرسالة) يرى 'تشارلس موريس' أن مصطلح 'الاتصال' حين تستخدمه بشكل واسع النطاق فإنه " يتناول أي ظرف يتوافر فيه مشاركة عدد من الأفراد في أمر معين، و لكن " موريس " يقصر الاتصال على " استخدام الرموز ، و يلاحظ أن كلمة " اتصال " تستخدم في سياقات مختلفة ، و تتضمن مدلولات متعددة ،فهي بمعناها المقرب Communication تعني نقل الأفكار و المعلومات و الاتجاهات بين الأفراد و الجماعات ، و في صيغة الجمع Communications تشير الى الوسائل التي تحمل مضمون الاتصال.¹

التعريف الإجرائي:

عملية نقل المعلومات والأفكار والتعليمات والأوامر، والشكاوي والإقتراحات، في مديرية السكن لولاية تيزي وزو، أي أنه عملية إرسال وتبادل المعلومات والأفكار بين مختلف العاملين في المديرية بهدف تحقيق أهدافها والقيام بنشاطاتها.

¹ - حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998،

❖ مفهوم الاتصال الشخصي :

(أ) اصطلاحاً:

وهو الاتصال المباشر أو الاتصال المواجهي حيث يمكن فيه استخدام حواسنا الخمس، و يتيح الاتصال التفاعل بين شخصين أو أكثر في موضوع مشترك ونتيجة الاتصال المواجهي تتكون الصداقات والعلاقات الحميمة بين الأفراد، و يتيح هذا النوع من الاتصال فرصة التعرف الفوري والمباشر على تأثير الرسالة، ومن ثم تصبح الفرصة أمام القائم بالاتصال سانحة لتعديل رسالة وتوجيهها بحيث تصبح أكثر فعالية أو اقناعاً.¹

(ب) التعريف الاجرائي:

الاتصال الشخصي هو العملية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والأفكار والاتجاهات بين الأفراد بالطريقة المباشرة وجها لوجه وفي اتجاهين ودون قنوات وسيطة حيث يصبح المرسل والمستقبل على اتصال بعضهما وجها لوجه وفي مكان محدد ويتميز بأن المرسل فيه مستقبلاً والعكس، وهذا داخل مديرية السكن بولاية تيزي وزو على اختلاف مستوياته

¹ - حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد: مرجع سابق، ص 30

❖ مفهوم الصورة الذهنية:

أ) لغة:

في اللغة العربية ينقسم مفهوم الصورة الذهنية الى مفردتين الصورة والذهنية، والصورة تعني الشكل الذي يتميز به الشيء، وهي تعني أيضا الصور بكسر الصاد لغة في الصور جمع صورة وصوره تصوير فتصور، وتصورت الشيء توهمت صورته فتصور لي". أما الذهنية فإنها تشير الى الذهن والذهن هو العقل وبهذا فان الذهن يطلق على الادراك والتفكير الاستدلالي نحو طريق انشاء العلاقات.¹

ب) اصطلاحا:

يعرفها د.علي عجوة في كتابه (العلاقات العامة و الصورة الذهنية): هي الصورة التي تتكون في أذهان الناس عن المنشآت و المؤسسات المختلفة ، وقد تتكون هذه الصورة من التجربة المباشرة أو غير المباشرة و قد تكون عقلانية أو غير رشيدة وقد تعتمد على الأدلة و الوثائق أو الاشاعات و الأقوال غير الموثقة، و لكنها في النهاية تمثل واقعا صادقا بالنسبة لمن يحملونها في رؤوسهم. وعرف الصورة الذهنية بأنها: " مجموعة المعارف والتجارب والخبرات المتراكمة التي تتشكل في ذهن الجمهور وترسم انطبعا معينا من خلال عدة وسائل اتصالية تشكل هذه الانطباعات وتؤثر في سلوك الأفراد المجهول تجاه مجتمع أو شركة أو مؤسسة ما وترتبط هذه المعارف المتراكمة بعواطف الأفراد اتجاهاتهم وعقائدهم وعاداتهم الاجتماعية.²

¹ - باقر موسى: الصورة الذهنية في العلاقات العامة، د.ط، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص52

² - صاح الشيخ: تكوين الصورة الذهنية للشركات ودور العلاقات العامة فيها، بحث مقدم لنيل درجة الدبلوم في العلاقات العامة، الأكاديمية السورية الدولية، سوريا، 2009، ص5

ج) التعريف الإجرائي:

الصورة الذهنية مجموعة الانطباعات التي تتكون عند موظفي مديرية السكن لولاية تيزي وزو، سواء كانت صحيحة أو خاطئة والتي يسعى الاتصال الشخصي الى تصحيحها وتحسينها لصالح المؤسسة

❖ مفهوم المؤسسة الخدمائية:

• تعريف المؤسسة:

أ) لغة:

كلمة مؤسسة في الواقع ترجمة "Entreprise"¹. أما في اللغة العربية واستنادا الى القاموس العربي المورد: " فكلمة مؤسسة مشتقة من الفعل أسس يؤسس مؤسسة."²

ب) اصطلاحا:

يرى دروكر أن المؤسسة عبارة عن: " مجموعة بشرية متكونة من أخصائيين يعملون معا لأداء مهمة مشتركة، تتميز بخلاف التجمعات الاجتماعية التقليدية في المجتمع، الجماعة أو العائلة، بتصميم قصدي ولا تعتمد على الطبيعة النفسية للإنسان ولا على حاجاته البيولوجية، ومع ذلك فقد صممت بصفاتها انتسابا بشريا لتدوم مدة معتبرة."³

¹ - عمر صخري: إقتصاد المؤسسة، ط5، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص24

² - البعلكي: قاموس عربي-إنجليزي، د.ط، دار المعلم للملايين، 1996، ص06

³ - فضيل دليو: إتصال المؤسسة (إشهار، علاقات عامة، علاقات مع الصحافة)، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2003،

ج) التعريف الإجرائي:

هي مجموعة من الطاقات البشرية والموارد المالية (طبيعية كانت أو مالية أو غيرها) المتفاعلة مع بعضها البعض على نظام العمل الجماعي وتقسيم العمل وهيكله السلطة وتنظيم الوسائل المادية من أجل تحقيق أهداف مديرية السكن وتحسين صورتها لدى موظفيها.

• تعريف المؤسسة الخدمائية:

أ) اصطلاحاً:

هي تنظيم انتاجي خدماتي يستخدم عدد كبير من العمال تحت سقف واحد أو تحت عدة سقوف ذات طبيعة انتاجية خدمائية، وهي عبارة عن مجموعة من الأفراد يشتركون في هدف واحد وتهدف المؤسسة الخدمائية الى تحقيق مشروع يهدف الى الاشتراك في الربح عن طريق مختلف العمليات الخدمائية.¹

ب) تعريف الإجرائي:

المؤسسة الخدمائية هي كل كيان تنظيمي يتكون من مجموعة من الموارد البشرية والتقنية والمالية نذكر منها مديرية السكن لولاية تيزي وزو والتي تهدف الى انتاج خدمات موجهة لإرضاء الزبون.

❖ تعريف الجمهور الداخلي:

يقصد به جمهور المؤسسة، وهو يشمل مجلس الإدارة والرؤساء والمرؤوسين من الموظفين والمستخدمين والعمال، كما يشمل حملة الأسهم أيضاً، وتسعى المؤسسة إلى التعامل

¹ - محمد رضا علافي: الاتصال في المؤسسة الخدمائية، د.ط، دار الكتاب والنشر والتوزيع، جامعة الموصل، العراق،

ال جماهير الداخلية لتحقيق الاستقرار لها وتنمية الإحساس بالولاء والانتماء نحوها، وما يترتب على ذلك من تبني هذه الجماهير سياسات المؤسسة وأهدافها والدفاع عنها.¹

كما يعرف الجمهور الداخلي بأنه: "كافة العاملين الذين تضمهم المؤسسة في أقسامها ومستوياتها الإدارية المختلفة، حيث تهدف إلى التعامل مع الجماهير الداخلية من أجل تحقيق استقرارهم."²

التعريف الإجرائي:

هو كافة العاملين داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو والذي يكون في المستويات الإدارية المختلفة.

¹ - عمار زوبيدة، فقير رضوان: دور الاتصال الداخلي في تحسين الصورة الذهنية لمؤسسة اتصالات الجزائر لدى جمهورها الداخلي (دراسة ميدانية-مستغانم-)، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، اتصال تنظيمي، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2020/2019، ص13

² - عمار زوبيدة، فقير رضوان: مرجع سابق، ص13

6/ نوع الدراسة ومنهجها:

أ- نوع الدراسة:

تندرج الدراسة الحالية ضمن الدراسات الوصفية التي تشير إلى: " الطرق التي يتمكن الباحث من خلالها وصف الظواهر والظروف المحيطة بها، وتصور العلاقة بينها وبين الظواهر الأخرى المؤثرة والمتأثرة بها، كما تصور شكل العلاقة بين متغيراتها باستخدام أساليب وأدوات البحث العلمي التي تتلاءم والاهداف التي يسعى الباحث إلى تحقيقها من وراء استخدام هذه البحوث.¹"

من خلال ذلك فإن الدراسة الحالية لا تنصب فقط على جمع معلومات كمية وإحصاءات واستخلاص نتائج فحسب، بل تتعدى مجال الوصف إلى محاولة الكشف على العلاقة الارتباطية بين الاتصال الشخصي وتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمائية داخل المؤسسة مجال الدراسة، بناء تحليل موضوعي للمعلومات المجمعة عن مجتمع الدراسة.

ب- منهج الدراسة:

عند قيام بأي دراسة علمية لا بد من إتباع خطوات فكرية منظمة وعقلانية هادفة إلى بلوغ نتيجة ما وذلك بإتباع منهج معين يتناسب مع طبيعة الدراسة التي سنتطرق به.

ويعرف **إبن خلدون** المنهج: " بأنه مجموعة من القواعد الأساسية المصاغة بدقة التي يعتمد عليها الباحث للوصول إلى الحقيقة العلمية موضوع الدراسة والتحليل"²

¹ - منال هلال المزاهرة: بحوث الاعلام "الأسس والمبادئ"، ط1، دار كنوز المعرفة، عمان(الأردن)، 2010، ص105.

² - أحمد عظيمي: منهجية كتابة المذكرات و الاطروحات في علوم الاعلام والاتصال، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009، ص12.

و يعرفه بيرنارد فيليبس (B.Philips) بأنه: "الطريق أو الأسلوب الذي يسلكه الباحث العلمي في تقصيه للحقائق العلمية و في أي ميدان من ميادين العلوم النظرية والعلمية".

1

ولأن اختيار المنهج لا يخضع إلى حرية الباحث والمفاضلة بين منهج وآخر، بل إنه يرتبط بطبيعة الموضوع وأهداف الدراسة و حدود البحث وكيفية سيره من خلال ارتباطه بأبعاد مكانية و زمنية معينة، فقد اقتضت الضرورة المنهجية وطبيعة المشكلة البحثية التي نحن بصدد دراستها ارتأينا الاعتماد على المنهج المسحي كونه المنهج المناسب للدراسة، فالمنهج المسحي هو « المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها».

ويعرف الباحث محمد زيان عمر بأنه «دراسة الظاهرة في وضعها الطبيعي، دون أي تدخل من قبل الباحث، أي دراسة الظاهرة تحت ظروف طبيعية غير اصطناعية، كما هو الحال في المنهج التجريبي».²

كما يعرف أنه «أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم فهو يعتبر الشكل الرئيسي والمعياري لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة بشكل الذي يصعب الإيصال بمفرداتها».³

¹ - غازي عناية: منهجية إعداد البحث العلمي، دار المناهج، دط، الأردن، 2008، ص18

² - أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص286

³ - نفس المرجع، ص286

7/ مجتمع البحث وعينة الدراسة:

أ- مجتمع البحث:

ب- يرى موريس أنجرس أن مجتمع الدراسة هو: " هو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى، والتي يجري عليها البحث أو التقصي"¹

يتم تحديد واختيار المجتمع الذي يطبق عليه البحث، من أجل الوصول إلى نتائج للدراسة يمكن تفسيرها، أين تكون مجتمع البحث الكلي في الدراسة الحالية من مجموع العاملين بمديرية السكن لولاية تيزي وزو وعلى اختلاف مستوياتهم المهنية والإدارية في هذه المديرية. ولما كان المجتمع المدروس (موظفي مديرية السكن لولاية تيزي وزو) صغيرا ومحدود نسبيا، فقد اتجهت الدراسة الحالية إلى تبني أسلوب المسح الشامل، لذلك أن هذا الأخير " غالبا ما يحقق أغراض البحث في الحصول على بيانات دقيقة للمجتمع الذي يبحثه واتجاهاته أو حتى الظاهرة التي يتدارسها."²

ب-عينة الدراسة:

لإنجاز هذه الدراسة يجب تحديد العينة والتي تعرف بأنها: " هي جزء من مجتمع الدراسة وتمثل مجتمع الدراسة تمثيلا صادقا ولهذا يمكن تعميم نتائج الدراسة المبنية على العينة على المجتمع بأكمله."³

¹ موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تر: صحراوي بوزيد وآخرون، ط2، دار القصبية، الجزائر، 2006، ص301.

² غريب سيد أحمد: تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية(مصر)، 1995، ص199.

³ شيماء ذو الفقار زغيب: مناهج البحث والإستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2015، ص239

فاختيار العينة بناء على نوع الدراسة وأهدافها، فالتالي فالأنسب لهذه الدراسة من بين أنواع العينات، العينة القصدية ونظرا لاقتران عينتنا لموظفي مديرية السكن لولاية تيزي وزو فقد اعتمدنا على هذه العينة في دراستنا الحالية.

وتعرف العينة القصدية بأنها: "هي التي يختارها الباحث اختيارا مقصودا من بين وحدات المجتمع الأصلي وذلك تبعا لما يراه من سمات أو صفات أو خصائص تتوفر بهذه الوحدات أو المفردات وتخدم أهداف البحث بحيث تكون الوحدات قريبة من المجتمع الأصلي ويترك للباحث في الميدان اختيار وحداتها."¹

فقد تم اختيار العينة عشوائية منتظمة باعتبارها الأكثر ملائمة لموضوع دراستنا أما بالنسبة لحجم العينة حاولنا من خلال دراستنا التواصل مع أكبر عدد ممكن من موظفي مديرية السكن لولاية تيزي وزو خاصة وأن فترة دراستنا تزامنت مع فترة الجائحة والأزمة الصحية، التي جعلت المديرية في تقليص عدد عمالها تماشيا مع سبل الوقاية من الوباء. وعليه فإن عينتنا تمثلت في 50 مفردة من موظفي مديرية السكن لولاية تيزي وزو.

8/ أدوات جمع البيانات:

تعتبر مرحلة جمع البيانات أو المعلومات من مجتمع الدراسة خطوة في غاية الأهمية، باعتبارها من أهم القضايا المنهجية الحاسمة. "فهي مجموعة الوسائل و الطرق والأساليب و الإجراءات المختلفة التي يعتمد عليها الباحث في الحصول على المعلومات و البيانات اللازمة لإتمام و إنجاز البحث حول موضوع معين."²

¹ - محمد زيان عمر: البحث العلمي ومناهجه وتقنياته، ط4، المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، ص28

² - بن غدفة شريفة: منهجية و تقنية البحث، سنة ثانية علم النفس، قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطفونيا، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2، 2015-2016

وعلى ضوء ذلك فقد اعتمدت الدراسة على الاستمارة كأداة لجمع المعلومات حول موضوع الدراسة.

الاستمارة:

تعتبر استمارة الاستبيان أكثر وسائل جمع البيانات استخداماً لاسيما في مختلف العلوم الإدارية الاقتصادية الأساسية وغيرها من المجالات العلمية الأخرى، إضافة إلى لشيوع استخدامها في استطلاع الرأي العام في إطار الدراسات الاستراتيجية والتعرف على اتجاهات ورغبات وميول المستهلكين في مجالات مختلفة. حيث تعد استمارة الاستبيان كوسيلة من وسائل جمع البيانات من خلال قيام الباحث بتوجيه أسئلة معينة للمستجوبين تتعلق بموضوع البحث المراد إجراءه والحصول من خلال ذلك على بيانات يستخدمها الباحث في إنجاز مهمة البحث، واستمارة الاستبيان عبارة عن استمارة تتضمن مجموعة معينة من الأسئلة المترابطة والمتعلقة بموضوع البحث يتم من خلالها الحصول على إجابات معينة.¹

من خلال ذلك اعتمدنا على الاستمارة كوسيلة أساسية لجمع البيانات، وذلك لتطبيقها على عمال مديرية السكن لولاية تيزي وزو باعتبارها مجتمع البحث، وقد كان بناء أسئلة الاستمارة من خلال تفكيك مفاهيم تساؤلات الدراسة إلى أبعاد والأبعاد إلى مؤشرات يمكن ملاحظتها في الواقع.

ومن أجل الوصول إلى الحقائق والبيانات اللازمة، قمنا بإعداد استمارة تضم أسئلة مغلقة بحيث تكون فيها الإجابات محددة بعدد من الخيارات مثل: "نعم" أو "لا" أو "أحيانا"، وأسئلة تصنيفية بأجوبة محتملة. وحاولنا صياغة أسئلة تناسب مجتمع البحث، فكانت مدونة بلغة بسيطة وسلسة يفهمها المختص وغير المختص، ولا تتضمن مصطلحات معقدة، فكانت

¹ - حضير كاظم حمود، موسى سلامة اللوزي: منهجية البحث العلمي، دار إثراء، ط1، الأردن، 2008، ص103

الأسئلة مركزة، واضحة وبعيدة عن الغموض، بحيث لا تسبب انفعالا لدى المبحوث تجاه الموضوع.

وجاءت الاستمارة متضمنة 30 أسئلة، مقسمة على خمس محاور وبيانات شخصية.

1. تضمنت البيانات الشخصية من 5 أسئلة تتعلف بالجنس، السن، المستوى التعليمي، الخبرة في العمل، الصفة في العمل.

2. تضمن المحور الأول (من السؤال 01 إلى السؤال 05) حول أشكال ووسائل الاتصال داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو

3. بينما احتوى المحور الثاني (من السؤال 11 إلى 15) حول أساليب وأشكال الاتصال الشخصي داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو

4. في حين ضم المحور الثالث (من السؤال 16 إلى 20) مكانة الاتصال الشخصي في مديرية السكن.

5. أما المحور الرابع (من السؤال 21 إلى 25) فيدور حول العلاقة بين الاتصال الشخصي والصورة الذهنية لمديرية السكن.

6. وأخيرا المحور الخامس (من السؤال 26 إلى 27) فيتمحور حول العوائق التي تقف دون تشكيل صورة حسنة لمديرية السكن.

9/ المجال المكاني والزماني:

أ- المجال المكاني:

أجريت هذه الدراسة في "مديرية السكن لولاية تيزي وزو"، وقد تم اختيار هذه المديرية لاستيفائها أهم الشروط والمتطلبات التي جعلت منها مجالا يصلح لإجراء الدراسة الحالية،

والمتعلقة أساسا بموضوع الاتصال الشخصي ودوره في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية لدى جمهورها الداخلي.

ب- المجال الزمني:

وقد أجريت هذه الدراسة خلال الموسم الجامعي 2021/2020 وذلك من منتصف شهر مارس إلى غاية بداية شهر أكتوبر، أي منذ لحظة اختيار الموضوع ومناقشته مع الأستاذة المشرفة وعرضه لإدارة القسم، ومن ثم ضبط العنوان في صيغته النهائية والموافقة عليه، ليتم بعدها بإعداد مبدئية تسير وفقها الدراسة لجمع التراث العلمي حول الموضوع. لتتعلق بعد ذلك الدراسة الميدانية وذلك في شهر جوان، أين تم النزول إلى الميدان من خلال الزيارات الأولية للمديرية مجال الدراسة، من أجل أخذ صورة عامة حول ظروف العمل وعلاقات العامل بين العاملين، لتأتي بعدها مرحلة تصميم الاستبيان وعرضا على الأستاذة المشرفة للتحكيم وضبطها في صورتها النهائية تمهيدا لتوزيعها على أفراد مجتمع الدراسة، غير أن الظروف الصحية بسبب الموجة الثالثة من جائحة كورونا-كوفيد19- الذي عجل بعطلة استباقية لموظفي مديرية السكن لولاية تيزي وزو، تم توزيع الاستمارة في بداية شهر سبتمبر 2021.

10/ الدراسات السابقة:

استنادا إلى حقيقة علمية مفادها أن العلم تراكمي و أن أساس نجاح البحوث العلمية هو الانطلاق من نتائج دراسات سابقة فإننا سنقوم بعرض نتائج بعض الدراسات الميدانية التي سبقتنا في تناول الموضوع والتي تتقاسم مع بحثنا في بعض الجزئيات، من نتائجها في اثناء موضوع البحث و هي على النحو التالي:

الدراسة الأولى*

دور الاتصال الداخلي في تحسين صورة المؤسسة الخدماتية لدى جمهورها الداخلي- دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر أم البواقي.

أعدت هذه الدراسة من قبل الطالبة خليل رنده، السنة الجامعية 2014/2015، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال تنظيمي وعلاقات عامة بإشراف الأستاذة ليلي بن برغوث.

وقد تمحورت إشكالية الدراسة حول تساؤل رئيسي مفاده: ما هو دور الاتصال الداخلي في تحسين صورة المؤسسة الخدماتية لدى جمهورها الداخلي؟

وتفرع عن ذلك عدة تساؤلات فرعية كما يلي:

* خليل رنده: دور الاتصال الداخلي في تحسين صورة المؤسسة الخدماتية لدى جمهورها الداخلي- دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر أم البواقي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال تنظيمي وعلاقات عامة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، ، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،

- ماهي أشكال ووسائل الاتصال الداخلي في مؤسسة اتصالات الجزائر؟
- ماهي المكانة التي يحظى بها الاتصال الداخلي عند الجمهور الداخلي
لمؤسسة اتصالات الجزائر؟

- هل توجد علاقة بين الاتصال الداخلي والصورة الذهنية لمؤسسة اتصالات
الجزائر؟

- ماهي العوائق التي تقف دون تشكيل صورة ذهنية حسنة عن مؤسسة اتصالات الجزائر؟

أما الفرضيات التي تمت صياغتها في هذه الدراسة هي كالتالي:

الفرضية الرئيسية: للاتصال الداخلي دور كبير في تحسين الصورة الذهنية لمؤسسة اتصالات الجزائر
الخدماتية عند جمهورها الداخلي.

الفرضيات الفرعية:

- يغلب على مؤسسة اتصالات الجزائر الاتصال الرسمي

- تعتمد مؤسسة اتصالات الجزائر على الوسائل الالكترونية في الاتصال بجمهورها الداخلي

- يحظى الاتصال الداخلي في مؤسسة اتصالات الجزائر بمكانة هامة عند جمهورها

الداخلي

- تعتبر المشاكل الداخلية بين الموظفين من أبرز العوائق التي تؤثر على تشكيل صورة

ذهنية حسنة لمؤسسة اتصالات الجزائر.

من أجل تحقيق أهداف الدراسة اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج المسحي، و من

الأدوات التي اعتمدت عليها الطالبة في هذه الدراسة: الملاحظة و الاستمارة

حيث اشتمل مجتمع البحث مؤسسة اتصالات الجزائر بأم البواقي أما عينة الدراسة تكونت

من جميع موظفي تلك المؤسسة و اعتمدت على أسلوب المسح الشامل

وتوصلت الدراسة الى عدد من النتائج أبرزها:

- أن طبيعة الاتصال الغالب داخل مؤسسة اتصالات الجزائر هو الاتصال الرسمي بنسبة 70%

- مستوى الاتصال الغالب داخل مؤسسة اتصالات الجزائر هو الاتصال الصاعد بنسبة 40%

- من بين الأشكال الاتصالية الأكثر استخداما داخل اتصالات مؤسسة اتصالات الجزائر هو الاتصال الشخصي بنسبة 57.5%

- بمؤسسة اتصالات الجزائر توجد سهولة في الاتصال بالمدير بنسبة 82%

- تولي مؤسسة اتصالات الجزائر اهتماما بالاتصال الداخلي بنسبة 100%

- الهدف العام من الاتصال الداخلي لمؤسسة اتصالات الجزائر هو المحافظة على صورة المؤسسة بنسبة 27.97%

التعليق على الدراسة:

تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في:

في تناول إحدى المتغيرات، وهو متغير تحسي صورة المؤسسة الخدمائية

الاعتماد على أداة الاستمارة في جمع البيانات

المنهج المتبع، حيث تم استخدام المنهج المسحي

عينة الدراسة، حيث تم الاعتماد على أسلوب المسح الشامل

فيما اختلفت دراستنا الحالية عن هذه الدراسة في:

تناول متغير الاتصال الشخصي كإحدى متغيرات الدراسة

مجتمع الدراسة، حيث اعتمدت هذه الدراسة على موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر،

في حين طبقت الدراسة الحالية على موظفي مديرية السكن لولاية تيزي وزو

أما جوانب الاستفادة من هذه الدراسة، فقد تمت الاستفادة منها في:

- إثراء الإطار النظري، وخاصة ما يتعلق بمفهوم المؤسسة الخدماتية وأهم أنواعه
- في اختيار المنهج المناسب للدراسة الحالية
- اختيار وبناء أداة جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة

* الدراسة الثانية:

الاتصال الشخصي وعلاقته باتخاذ القرار في المؤسسة الجزائرية - دراسة ميدانية بمديرية توزيع الكهرباء والغاز "سونلغاز" أم البواقي.

اعتمدت هذه الدراسة من قبل الطالبة براهيمى فطيمة السنة الجامعية 2020/2019، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، وبإشراف الأستاذة قنيفة إيناس

وقد تمحورت إشكالية الدراسة حول تساؤل رئيسي مفاده: ما علاقة الاتصال الشخصي باتخاذ القرار داخل مؤسسة سونلغاز بأم البواقي؟

انطلاقاً من ذلك تم صياغة مجموعة من الأسئلة الفرعية جاءت كما يلي:

- 1- كيف تساهم مهارات الاتصال الشخصي في اتخاذ القرارات بمؤسسة سونلغاز أم البواقي؟
- 2- كيف تعمل أشكال الاتصال الشخصي على خدمة القرارات المتخذة بمؤسسة سونلغاز أم البواقي؟

* براهيمى فطيمة: الاتصال الشخصي وعلاقته باتخاذ القرار في المؤسسة الجزائرية - دراسة ميدانية بمديرية توزيع الكهرباء والغاز "سونلغاز" أم البواقي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال تنظيمي وعلاقات عامة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،

3- كيف يؤثر تدفق المعلومات من خلال الاتصال الشخصي في اتخاذ القرار بمؤسسة سونلغاز أم البواقي؟

وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

- أن مهارات الاتصال الشخصي استخداما بين العاملين هي مهارة التحدث وتليها مهارة الاستماع.
- أن لغة الحوار بين العاملين أثناء العمل توصف بالحسنة.
- أن استخدام لغة الجسد من إشارات باليدين وتعابير الوجه وغيرها، سلاح ذو حدين.
- أن العديد من العاملين أحيانا يواجهون صعوبات أثناء اتصالهم الشخصي بزملائهم في العمل.
- أن الاتصال الشخصي عادة ما يتم في مؤسسة سونلغاز بأب البواقي بكلا نوعيه الفردي والجماعي.
- أن أكثر أشكال الاتصال استخداما في مؤسسة سونلغاز بأب البواقي هي الاجتماعات
- أن مؤسسة سونلغاز بأب البواقي تستخدم جميع أشكال الاتصال الشخصي للرفع من فعالية القرارات المتخذة.
- أن علاقة الاتصال الشخصي باتخاذ القرارات في مؤسسة سونلغاز أب البواقي، هي علاقة طردية، فكلما كان الاتصال الشخصي فعّالا كلما زادت فعالية القرارات المتخذة، والعكس صحيح، ومن جهة أخرى فهي علاقة تكامل وتساند وظيفي.

التعقيب على الدراسة:

تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في المتغير الأول وهو الاتصال الشخصي الاعتماد على نفس أداة جمع البيانات "الاستمارة" وتبني أسلوب المشح الشامل. فيما اختلفت هذه الدراسة مع دراستنا في الشق الثاني من المتغير حيث تناولت دراستنا تحسين صورة المؤسسة الخدمائية كإحدى متغيرات الدراسة. اختلفت في مجتمع الدراسة حيث طبقت هذه الدراسة على العاملين في مؤسسة سونلغاز في حين طبقت هذه الدراسة على موظفي مديرية السكن لولاية تيزي وزو. كما اختلفت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في المنهج المستخدم حيث اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي بينما اعتمدنا في دراستنا الحالية على المنهج المسحي.

أما عن جوانب الاستفادة من هذه الدراسة، فقد تمت الاستفادة منها في:

- إثراء الإطار النظري، خاصة ما تعلق بمتغير الاتصال الشخصي
- اختيار وبناء أداة جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة.

الإطار النظري

الفصل الأول: الاتصال الشخصي في المؤسسة

تمهيد

المبحث الأول: تطور مفهوم الاتصال الشخصي وبعض المفاهيم المرتبطة به

المبحث الثاني: عناصر وأشكال الاتصال الشخصي

المبحث الثالث: أهمية الاتصال الشخصي

المبحث الرابع: نماذج الاتصال الشخصي

المبحث الخامس: مهارات الاتصال الشخصي

المبحث السادس: معوقات الاتصال الشخصي

خلاصة

تمهيد:

إن الاتصال حاجة إنسانية وضرورة اجتماعية ظل يمارسها الإنسان منذ أن وجد، حيث أنه عملية تبادل المعاني بين الأفراد وعملية الاتصال هذه أساسية وحيوية للإنسان، والاتصال الشخصي وجها لوجه من أهم أنواع الاتصال من حيث السياق ومن حيث الأهمية التي يلعبها داخل المؤسسات، فهو الاتصال المواجهي ويقوم على المواجهة وجها لوجه بين شخصين أو أكثر، حيث يمكن أن يستخدم الحواس الخمس ويتبع هذا الاتصال التفاعل بين هؤلاء والتعرف على رجع الصدى.

وضمن هذا السياق سيتم التعرض في هذا الفصل إلى أهم جوانب هذا النوع من الاتصال، حيث سنتطرق إلى الاتصال الشخصي وبعض المفاهيم المرتبطة به، وكذا عناصره وأهم أشكاله، ثم يتم التطرق إلى بصفة خاصة إلى الاتصال الشخصي في المؤسسة من خلال أهميته، ونماذجه ومهاراته، وكذا مختلف المعوقات التي تعيق الاتصال الشخصي داخل المؤسسة.

المبحث الأول:

مفهوم الاتصال الشخصي وبعض المفاهيم المرتبطة به:

برز الاهتمام بدراسة الاتصال الشخصي في منتصف الستينات وبداية السبعينات من هذا القرن، حيث أصبح يمثل موضوعا حيويا، وكان "جيرالد ميلر R. Miller Gerald" من أوائل الباحثين الذين اهتموا بدراسته من الناحيتين التربوية والعلمية، وبدأت الدراسات بالاهتمام بالاتصال الذي يتم داخل الإطار الأكاديمي خلال الأحاديث بين الأساتذة وبعضهم وبينهم البعض والتي تحدث في الجماعات الصغيرة، وتتخللها علاقات الوجه بالوجه، وتشمل على الصراحة والمواجهة، ثم تحول الاهتمام من الإطار الأكاديمي للاتصال إلى الحوارات الخاصة داخل الجماعات الصغيرة خارج الإطار الأكاديمي، مع التركيز على الهدف من الاتصال، وقد تضمنت اهتمامات الباحثين العلاقة الاتصالية بينهم وبين معارفهم، أو العلاقة الاتصالية مع أصدقائهم المقربين وشركائهم، ومن ثم بدأ الاهتمام بالأسس التطبيقية لتلك الأشكال الاتصالية القائمة على التفاعل، وكان الاهتمام بدراسة الاتصال الشخصي قد ظهر في منتصف الأربعينات عندما ظهرت نتائج الدراسة التي أجراها "بول لازارسفيلد" عام 1945 واستمرت لمدة عقد كامل، وظهرت نتائجها عام 1955 في كتاب مع "كاتز" بعنوان "التأثير الشخصي".¹

ويمكن تعريف الاتصال الشخصي بأنه يتم بين شخصين أو أكثر وجها لوجه، ولهذا يسمى أيضا بالاتصال الوجيه، وهو في إطاره العام يمثل أشكالا مختلفة من المقابلات واللقاءات الشخصية بين اثنين أو أكثر بشكل مباشر دون اللجوء إلى استخدام وسائل الاتصال المختلفة، وهذا النوع من الاتصال يحدث يوميا بين الأفراد فيما بينهم.²

¹ - فؤاد عبد المنعم البكري: الاتصال الشخصي، ط2، عالم الكتب، القاهرة (مصر)، 2005، ص29.

² - ربحي مصطفى عليان، عدنان محمد الطوباسي: الاتصال والعلاقات العامة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2005، ص88.

وبناء على ما تقدم من تعريفات يمكن تحديد الاتصال الشخصي في أنه الاتصال الذي يتم وجها لوجه بين مرسل ومستقبل، سواء كان هذا المستقبل فردا أو جماعة صغيرة، وأهم ما يميز هذا الاتصال هو التواجد الشخصي للمرسل والمستقبل والأثر المتحقق من هذا التواجد.¹

وفي هذا العنصر بالتميز بين كل من الاتصال الشخصي من جهة، والاتصال الذاتي والجماهيري من جهة أخرى:

• الاتصال الذاتي:

الاتصال الذاتي هو العملية الاتصالية التي تحدث بين الشخص ونفسه، وهو مستوى يرتبط بالبناء المعرفي و الإدراك والتعليم وكافة السمات النفسية الأخرى وفي هذه الحالة يتحول الانسان تلقائيا إلى مصدر (مرسل) ومتلقي (مستقبل) في آن واحد، فالاتصال الذاتي هو الاتصال الذي يتم بين الفرد وذاته، ويتمثل في العمليات النفسية الداخلية من شعور ووجدان وفكر وتذكر ونسيان وأحلام ويقظة وغيرها... في حين الاتصال الشخصي هو اتصال يتم بين فرد وآخر أي بين فردين وهو يتضمن وضع الفكر في رموز يشترك طرفا الاتصال في الاطار الدلالي لها، والاتصال الشخصي نمارسه يوميا في حياتنا، لتمييزه بانخفاض تكلفته ومحدودية جمهوره، وسهولة تقدير حجم التعرض للرسالة، كما أن المرسل والمستقبل يستطيعان التعرف على بعضهما البعض بشكل واضح.

¹- جمال العيفة: " دور الاتصال الشخصي في العمل السياسي (دراسة ميدانية حول استفتاء ميثاق السلم والمصالحة الوطنية بالجزائر)، أطروحة دكتوراه "غير منشورة" في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر "يوسف بن خدة"، 2007/2006، ص52

• الاتصال الجماهيري:

الاتصال الجماهيري هو جزء من عملية الاتصال الإنساني برمتها، وقد يبرز الاهتمام بالاتصال الجماهيري كظاهرة وكتخصص علمي مع بدايات القرن العشرين التي تميزت بكثرة عدد السكان المعمورة وتنوع مواقعهم واهتماماتهم وحاجاتهم الاتصالية، ويعرفه البعض بأنه: " بث رسالة واقعية أو خيالية موحدة على أعداد كبيرة من الناس يختلفون فيما بينهم من النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية، وينتشرون في أماكن متفرقة"، فالالاتصال الجماهيري هو اتصال بجماهير غفيرة العدد قد لا تربطها مصالح مشتركة أو صلة قرابة أو تعارف في معظم الأحيان.¹

جدول رقم (01) يبين مقارنة مختصرة بين الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري:²

الاتصال الجماهيري	الاتصال المباشر	الخصائص الاتصالية
اتجاه واحد	اتجاه أو أكثر	اتجاه الرسالة الاتصالية
مرتفعة	منخفضة	إمكانية الوصول إلى الجمهور
منخفضة جدا	عالية جدا	القدرة على التقاء الجمهور المستهدف
منخفضة جدا	مرتفعة جدا	إمكانية التغلب على العوامل الانتقائية
قليل جدا	كبير جدا	مقدار رجع الصدى
زيادة المعرفة والإدراك	تغيير الاتجاه السلوكي	التأثير المحتمل

¹ - جمال العيفة: مرجع سابق، ص 53

² - المرجع نفسه، ص 64

المبحث الثاني:

عناصر وأشكال الاتصال الشخصي:

أ- عناصر الاتصال الشخصي

يمكن تحديد عناصر الاتصال الشخصي كما يلي:

• المتصل القائم بالاتصال:

هو الشخص الذي يقوم بفعل الاتصال حيث يبادر بتوجيه رسالة تحمل مضامين معينة بواسطة رموز الى المتلقي و بطريقة مباشرة و في الزمان و المكان المجديين، و يمكن أن يكون المتصل شخصا واحدا أو شخصين يحملان صفة اجتماعية معينة .

• **الرسالة :** و هي مجموعة من المعلومات و الأفكار و الأداء و المشاعر و المعنى و الاتجاهات التي يريد المتصل أن يوجهها أو ينقلها عبر الرموز بهدف الحصول على اجابة معينة أو استجابة أو تفاعل أو اشتراك أو تفاهم حول موضوع هذه الرسالة أو تقاسم معانيها مع المتلقي.

• **المتلقي(المستقبل):** و هو الفرد أو مجموعة الأفراد الذين يتلقون شخصا عاديا كما هو في الحال في الاتصالات الشخصية اليومية التي تحدث بين الناس في كل وقت ، و في كل مكان ، أو كأن يكون فرد الأسرة الواحدة أو جماعة مهنية ... و الميزة المهمة في المتلقي هنا أنه خلال عملية الاتصال يكون تارة مستقبل و تارة أخرى مرسل . كما أن عملية الاتصال الشخصي تتميز بأنها عملية فعل ورد فعل تفاعل.¹

• **الوسيلة (الواسطة):** وتعني القناة التي يتم من خلالها نقل رسالة المتصل الى المتلقي . و هي تشمل مجموعة الرموز اللفظية كاللغة، المفردات، الصوت،

¹ - صالح خليل أبو إصبع: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط5، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان(الأردن)، 2006، ص15

- والرموز غير اللفظية كالإشارات ، الحركات الجسدية ، الايماءات و الحواس التي يستعملها المتصل لنقل و توصيل و شرح و توضيح المعاني و الأفكار¹.
- **الهدف(الغرض):** و يعني ذلك النتيجة التي يطمح المتصل الوصول اليها كذا المتلقي خلال عملية الاتصال و التفاعل، فالمتصل يتوقع نتيجة تتطلب تعديلا أو تغييرا أو نقصا حسب مدى الرجوع الذي تتركه الرسالة لدى المتلقي الذي بدوره قد يكون له غرض من الرد و قد يتجاوب بسرعة و يتطلب تعديلا أو توضيحا.
 - **الأثر الاتصالي:** هو النتيجة النهائية التي تتركها عملية الاتصال اما فور انتهاء عملية الاتصال كأن تتحقق عملية توافق أو رضا طرفي الاتصال حول أمر ما فيشعر كلاهما بالسعادة والطمأنينة أو كأن يختلف الطرفان ويختصمان فيشعران بالغضب والقلق أو يتواعدان للقاء اخر .وقد يحدث أثر بعيد المدى، كأن يحقق أحد طرفي الاتصال منفعة عملية أو تربوية ويكسب تجربة وخبرة معينة.
 - **رجع الصدى :** و يسمى أيضا التغذية المرتدة و تعني الرد الذي يجيب به المتلقي عن رسالة المتصل و يعكس مدى تفاعله و فهمه و ميوله لمضمون الرسالة أو طلبه مزيد من التوضيح و الشرح . و في حال الاتصال الشخصي يحدث رجع الصدى بواسطة الرموز اللفظية و غير اللفظية و يكون الرد فوريا و انيا.²

¹ - خلاص دحمان: الاتصال ودوره في تحقيق التواصل الإنساني في المجتمع الجزائري، دراسة تحليلية لواقع الاتصال

في الأسرة الجزائرية، رسالة ماجستير "غير منشورة"، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2009/2008، ص21

² - صالح خليل أبو إصبع: مرجع سابق، ص16

ب- أشكال الاتصال الشخصي:

تتعدد أشكال الاتصال الشخصي و تتنوع بتعدد المواقف الاتصالية الانسانية و بتنوع العلاقات التي تربط الأفراد في البيئة الاجتماعية التي يعيشون فيها و تلك التي يحتكون بها و يمكن حصر أهم أشكال الاتصال الشخصي فيما يلي :

• الأسرة والعلاقات العائلية :

تشكل الأسرة عصب الاتصال الشخصي، ويكفي تعريف بسيط لهذه الوحدة الاجتماعية، فهي تتكون في أبسط صورها من الأفراد، يعيشون في منزل واحد تربطهم علاقات شخصية ويتقاسمون أدوار اجتماعية مختلفة، ويشتركون في العواطف والمشاعر الشخصية وبجانب التركيبة الأسرية كعلاقات الجوار، الصداقات العائلية.

• الزيارات والمقابلات والمناسبات العائلية:

ترجع الزيارات المتكررة بين الأسر صلة الرحم التي تقوي الروابط وتحافظ على تماسك البناء الأسري حيث يكون الاتصال الشخصي حافزا قويا لتقوية العلاقات وتبادل الأخبار والأحوال بين الأهل والأقارب.

• فضاءات العمل المختلفة :

ويقصد بها مختلف المؤسسات كالمصانع والادارة والمؤسسات الخدمائية وغيرها من الفضاءات التي يلعب الاتصال الشخصي وجها لوجه دورا أساسيا سواء في تنظيم علاقات العمل أو في تشكيل علاقات الأفراد فيما بينهم¹.

• الندوات و الاجتماعات و المحاضرات :

وتعني سلسلة من اللقاءات الجمعية التي تدخل حيز مكاني مشترك (قاعات ومدرجات) والتي تتبادل من خلالها مجموعة من الأشخاص) مسؤولون سياسيون، محاضرون، ممثلون عن

¹- خلاص دحمان: مرجع سابق، ص 37

هيئات أو جمعيات مختلفة (الأفكار والمعلومات والنقاشات العلمية، المعرفية والثقافية حول مواضيع ذات اهتمام اجتماعي سياسي، تاريخي، فني، ويكون بإمكان كل الحاضرين أو جزء منهم المشاركة في الحوار والنقاش المباشر.

· المحافل الدبلوماسية و أشكال العلاقات السياسية :

للاتصال الشخصي دور مهم في تمتين العلاقات السياسية والتعاون بين الأمم والشعوب كإبرام الصفقات و المعاهدات، انهاء الخلافات و فض النزاعات .

· المراكز الأمنية و العسكرية :

يعتمد النظام العسكري والأمني على الاتصال الشخصي المباشر لتدريب الأفراد وتكوين جيوش من أجل الدفاع عن الأمن و الاستقرار الداخلي و للدفاع عن الحدود السياسية للوطن و تحقيق الحماية.

· المنافسات و المحافل الرياضية :

تلعب اللقاءات المختلفة محليا أو دوليا دورا كبيرا في الاحتكاك المباشر بين الأفراد، اذ يوفر الاتصال الشخصي فرص اضافة التعارف وربط العلاقات وتكوين الصداقات والتعبير عن العلاقات السلمية بين الأمم¹ .

و يمكن ضبط أشكال الاتصال الشخصي في المؤسسة كالاتي :

✓ **المقابلات الشخصية:** الممهدة في احدى الوظائف بالمؤسسة.

✓ **المقابلات الخاصة:** بالتدريب والتنمية المهنية في العمل داخل المؤسسة.

✓ **معالجة المشكلات والنزاعات الخاصة بالعاملين والمؤسسة ككل².**

¹- خلاص دحمان: مرجع سابق، ص37

²- محمد جهاد الجمل، سمر روجي الفيصل: مهارات الاتصال في اللغة العربية، دار الكتاب الجامعي، بيروت(لبنان)،

2015، ص110.

المبحث الثالث:

أهمية الاتصال الشخصي:

إن للاتصال الشخصي مكانة بالغة وأهمية كبيرة لأنه يلعب دورا محوريا في تكوين العلاقات الإنسانية وتحديد طبيعتها ومستوياتها والأفكار المترتبة عنها. حيث يحقق الاتصال الشخصي التفاعل الكامل بين المرسل والمستقبل، حيث يتم هذا النوع من الاتصال بطريقة مباشرة وجها لوجه، ويسير هذا النوع في اتجاهين أي من المرسل الى المستقبل، ومن المستقبل إلى المرسل، مما يجعل فرصة المشاركة في الخبرة أكبر، هذا من جهة، ومن جهة أخرى فالالاتصال الشخصي يتوفر على جميع عناصر الاتصال خاصة رجع الصدى، وهذا من شأنه أن يتيح فرصة التغلب على مخاطر عدم الفهم أو الفهم الخاطئ لدى المستقبل، حيث أن هذا النوع من الاتصال يتيح للمرسل فرصة للتعرف على مدى وصول الرسالة للمستقبل ومدى إدراك المستقبل لمضمونها، وبالتالي يتبين للمرسل الفهم الخاطئ ومنه يمكن تبديل هذا الفهم.¹

قد يشكل الاتصال الشخصي عاملا ضروريا لتواصل واستمرار الأجيال كونه يعمل على نقل عادات وتقاليد أي مجتمع من جيل لآخر، وتبرز أهمية الاتصال الشخصي للتواصل من خلال حاجة المؤسسة إلى هذا الاتصال بين جمهورها الداخلي والخارجي، ويعتبر الاتصال الشخصي القاعدة الأساسية للعلاقات العامة والصلات الإنسانية والإدارية ككل. ويؤدي الاتصال الشخصي إلى تشجيع وحث العاملين على العمل وتدريبهم وتهيئتهم للعمل وزيادة التنسيق وتحفيزهم ورفع روحهم المعنوية مع الآخرين.²

¹ - رأفت نبيل علوة: شبكات الاتصال، مكتبة المجتمع العربي، الرياض (السعودية)، 2007، ص26

² - هالة منصور: الاتصال الفعال وأساليبه ومهاراته، المكتبة الجامعية، الإسكندرية (مصر)، 2005، ص30

كما تتضح أهمية الاتصال الشخصي من خلال:

- جعل العاملين على صلة مستمرة فيما بينهم (الرؤساء والمرؤوسين).
- استخدامه للتطبيق الوظائف الإدارية الأخرى.
- ضرورة انسياب المعلومات في حركة مستمرة بين العاملين.
- تحريك جماعة العمل نحو الهدف، وبث روح المودة والثقة بينهم.
- يتيح تبادل أو تقاسم الأدوار إرسالاً واستقبالاً، سؤالاً وجواباً، أخذاً وعطاءً واقناعاً حتى يتحقق الهدف الكلي من الاتصال الشخصي داخل المؤسسة.¹

المبحث الرابع:

نماذج الاتصال الشخصي :

تتعدد نماذج الاتصال الشخصي وتتنوع بتنوع الحياة الاجتماعية، باعتبار الاتصال في أصله عملية اجتماعية، وكانت علوم الاتصال قد استفادت من نتائج البحوث الاجتماعية والسياسية والنفسية والاقتصادية واللغوية، وسعى إلى زيادة فهمنا للظواهر التي تحيط بنا والوصول إلى تعميمات عند الظروف المحيطة تدعمها الأدلة العلمية الموضوعية، كما سعى إلى زيادة مساعدتنا على التنبؤ بالنتيجة.

وظهرت النماذج لكي تسهل علينا استيعاب وفهم الظواهر ومكوناتها وتتراوح نماذج الاتصال الشخصي ما بين النماذج الرياضية المفرطة في تعقيدها وتلك المبسطة، لكن يجمعها هدف واحد وهو توفير إمكانية تجريد وعزل وتقسيم الجزء المحتملة للعملية الاتصالية، ولذلك واجهت عملية صنع نماذج الاتصال عدة صعوبات بناءً على ما سبق

¹ - إبراهيم أبو عرقوب: الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، دار مجدلاوي، عمان (الأردن)، 2010،

نجد أن نماذج الاتصال تختلف باختلاف مصمميها من حيث الخلفية المعرفية والتكوينية والبيئة التي اقترحوا فيها نماذجهم.

سنقتصر في هذا المبحث على نماذج للاتصال الشخصي ومنها نذكر :

نموذج بيرلو BERLO D.

نموذج شانون وويفر .

نموذج كاتز¹

❖ نموذج دافيد بيرلو D.BERLO :

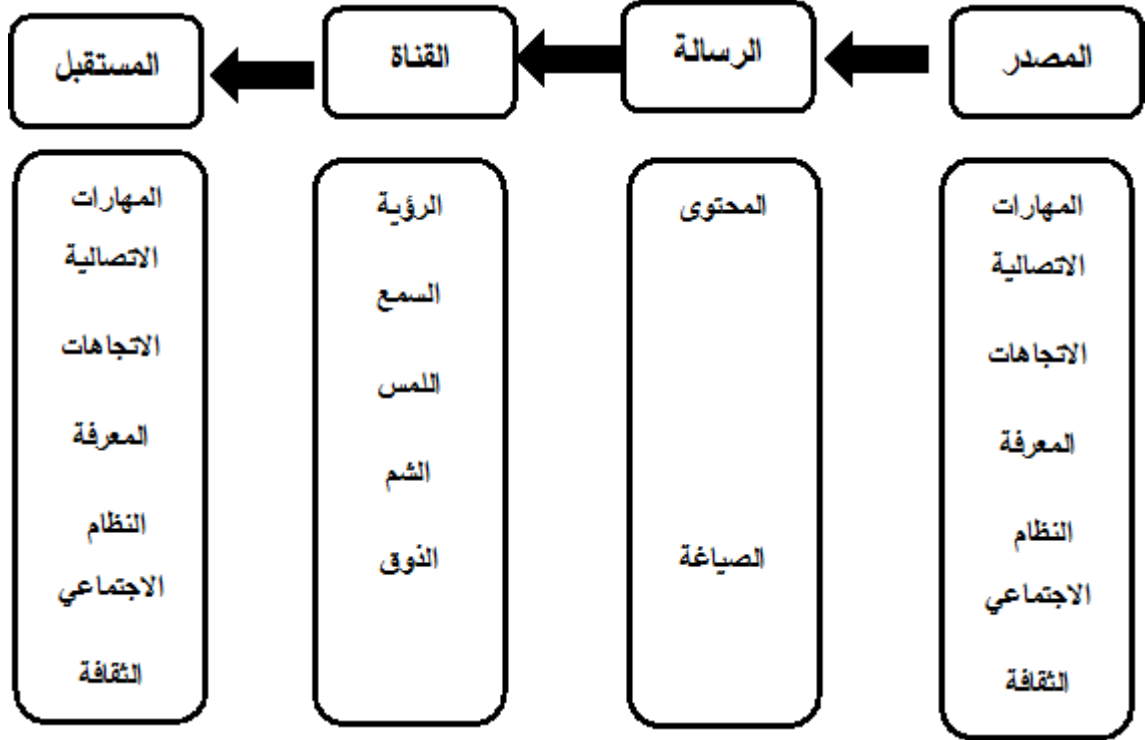
نشر هذا النموذج من طرف دافيد بيرلو سنة 1960 ، و يقوم هذا النموذج الاتصالي ذو الاتجاهين على افتراض أنه على الفرد فهم السلوك البشري حتى يستطيع أن يحلل عملية الاتصال ، حيث حدد بيرلو العناصر الرئيسة لهذا النموذج و المتمثلة في : المصدر ، اتجاه المصدر ، الرسالة ، الوسيلة .

كما يرى اننا نتواصل كي نؤثر وأنه لا بد أن يكون لعملية الاتصال هدف تسعى لتحقيقها وإذا اختفى الهدف فان عملية الاتصال لا تؤدي عرضها المنشود، ويتوقف نجاح الاتصال على مهارة المرسل².

¹- جمال العيفة: " دور الاتصال الشخصي في العمل السياسي (دراسة ميدانية حول استفتاء ميثاق السلم والمصالحة الوطنية بالجزائر)، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر "يوسف بن خدة"، 2007/2006، ص74

²- بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الاتصال، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان(الأردن)، 2011، ص92

شكل رقم 01 يبين نموذج دافيد بيرلو للاتصال الشخصي.



المصدر: بسام عبد الرحمان المشاقفة: نظريات الاتصال، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع،

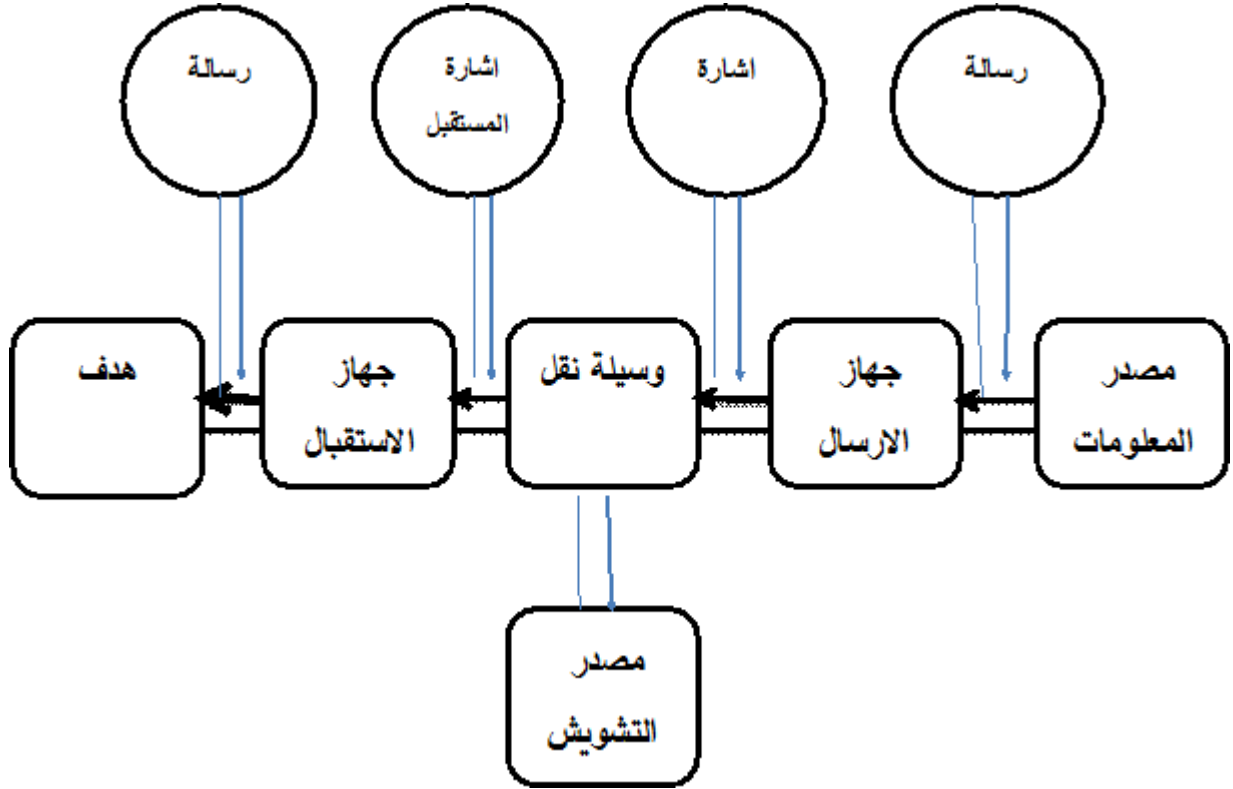
عمان (الأردن)، 2011، ص92

❖ نموذج شانون و ويفر :

وضع أسس هذا النموذج 'شانون' الذي كان يعمل في مختبر شركة 'بيل' الأمريكية للتلفونات مساعده ' ويفر ' سنة . 1949 يصف هذا النموذج عملية الاتصال بأنها عملية خطية تسير في اتجاه واحد، كما أن عملية الاتصال حسب هذا النموذج تمر على خمس مراحل اضافة اليها ذكر عنصر التشويش الذي يعيقها ، فهذه المراحل هي : مصدر المعلومات، المرسل، القناة أو الوسيلة ، المستقبل، الهدف، التشويش .¹

¹ - عزام أبو حمام: الإعلام والمجتمع، ط1، دار أسامة، عمان (الأردن)، 2011، ص255، 256

الشكل رقم (02) يوضح باختصار النموذج الاتصالي شانون و ويفر:



المصدر: عزام أبو حمام: الإعلام والمجتمع، ط1، دار أسامة، عمان (الأردن)،

2011، ص256

فيرى شانون و ويفر أن الرسالة تتضمن معلومات تستهدف التأثير في المستلم لها ، و تغيير سلوكه باتجاه هدف معين ، و الاتصال يتحقق بوجود قناة تنقل من خلالها الرسالة بعد ترميزها بنوع معين من الرموز . فاللغة غالبا ما تكون الوسيلة الأساسية و لكن ليست الوسيلة الوحيدة، حيث يمكن استخدام الاشارات أو الحركات أو الایماءات رموزا للتعبير عن المعاني المراد ارسالها¹.

¹ - سعاد جبر سعيد: سيكولوجيا الاتصال الجماهيري، ط1، عالم الكتاب الحديث، عمان (الأردن)، 2008، ص43

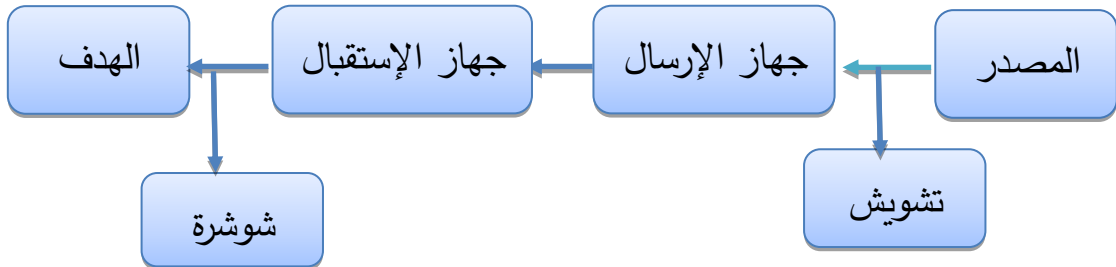
❖ نموذج "كاتز":

لا يختلف هذا النموذج كثيرا عن نموذج "شانون" و"ويفر" إلا في تقسيمه للشوشرة إلى قسمين:

- قسم يدخل بين المصدر والقناة (جهاز الإرسال)، ويسمى "تشويش" أي كل ما يعيق الاتصال من جانب المصدر.
 - قسم يدخل بين جهاز الاستقبال والهدف من الاتصال، ويسمى "شوشرة" وهو كل ما يعيق الاتصال من جانب جهاز الاستقبال والمتمثل في ضعف الصوت أو الصورة أو الحروف غير الواضحة في الكلمة المكتوبة.²
- والشكل الموالي يوضح ذلك:

شكل رقم (03) يوضح نموذج "كاتز" الاتصالي:

المصدر: عزام أبو حمام: مرجع سابق، ص 277



² - عزام أبو حمام: مرجع سابق، ص 277

المبحث الخامس:

مهارات الاتصال الشخصي في المؤسسة:

❖ مهارة التواصل مع الآخرين:

تنقسم مهارة التواصل مع الآخرين إلى ثلاثة أقسام أساسية وهي (المقابلة، التفاعل، وإقامة العلاقات)، وكلها أقسام منفصلة وتسهم جميعها في إكساب القائم بالاتصال مهارة التواصل مع الآخرين.

✓ خطوات اكتساب مهارة التواصل مع الآخرين:

- تعلم كيفية الإعداد للمقابلة.
- محاولة فهم الطرف الآخر.
- استخدام اللغة اللفظية وغير اللفظية لكسب الطرف الآخر.
- محاولة تكوين علاقات مع الطرف الآخر باعتبار العلاقة هي الوسيلة للتأثير في الآخرين، كما أن العلاقة عرضة للتغير بين الحين والآخر.
- للعلاقة جانب عاطفي وآخر عملي لا بد من تقدير مشاعر الطرف الآخر وإظهار المشاعر الإيجابية تجاهه.¹

ومهارة التواصل بدورها تتضمن مهارات أساسية لا بد من توفرها أثناء التعامل مع الآخرين تذكر منها:

- النظرة الشمولية.
- النظرة المستقبلية.
- الثقة بالنفس.

¹ - نجلاء محمد صالح: مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية الأسس النظرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2012، ص ص 123-127

- إدارة الوقت.
- القدرة على الإقناع
- القدرة على تبادل المعرفة¹

❖ مهارة التحدث:

وتعني استخدام الجمل والفقرات وطريقة صياغتها في التأثير على فهم المتلقي للرسالة، وعندما يتم التحدث مع طرف آخر يجب مراعاة درجة ثقافته وقدرته على استيعاب المعاني والأفكار.

وهناك عدد من الطرق الخاصة بتحسين مهارات الاتصال عند الحديث، وهذه الطرق هي:

- استخدام النغمة السهلة، وأن يكون إيقاع اللفظ سهل، وغير رسمي ويمكن استخدام اسم الشخص في المخاطبة حسب نوعية العلاقة.
- استخدام المعلومات المألوفة ولا تجهد المستمع بالمعلومات الفنية.
- الصراحة عندما يواجه الآخرون سؤال معين مع إعطاء أكبر قدر من المعلومات.
- استخدام الدعاية لتخفيف حالة القلق وعدم الإسراف في استخدامها.
- مراعاة عامل السرعة في الحديث فلا تبطئ ولا تسرع بل اعتدل في السرعة في الكلام.
- الابتعاد عن التهديد في المناقشة.²

❖ مهارة الكتابة:

تعتبر الكاتبة وسيلة للتعبير عن الآراء والأفكار، وتوصيل المعلومات والمفاهيم للآخرين، ويجب مراعاة بعض الأشياء عند الكتابة، وهي أن تتسم الصياغة بالوضوح والإنجاز، والدقة

¹ - بلال خلف السكارنة: المهارات الإدارية في تطوير الذات، ط2، دار المسيرة، عمان (الأردن)، 2015، ص183

² - علاء محمد القاضي، بكر محمد حمدان: مهارات الاتصال، دار الإحصاء العلمي، عمان (الأردن)، 2010، ص43.

والموضوعية، وتجنب الأخطاء النحوية والإملائية، وتتوقف مهارة الكتابة على محصول الفرد اللغوي وأسلوبه في الكتابة، وهناك عدد من العوامل التي يجب مراعاتها لزيادة مهارة الكتابة، وأهم هذه العوامل هي:

- يجب مراعاة عناصر التكاليف المرتبطة بالكتابة، وبالتالي فيجب أن نسأل أنفسنا في كل مرة نعد فيها خطاباً أو أوامراً.
- يتعين عند كتابة الرسالة تقسيمها إلى فقرات من حيث المقدمة والمحتوى والخاتمة.
- جعل مقدمة الخطاب بسيطة.
- استخدام الكلمات البسيطة وتجنب الكلمات الثقيلة عند الكتابة، تجنب التكرار.
- حسن تقديم الرسالة مع استخدام اللغة الاقتصادية.
- تحديد الغرض الرئيسي من كل خطاب.¹

❖ مهارة الإصغاء:

وهي المقدرة على التركيز في الاستماع الجيد، وتتضمن الاستماع إلى المحادثات الهاتفية، والاجتماعية واللجان، وأثناء عملية الإنصات يجب إعطاء فرصة للآخرين للكلام، أن يكون الفرد صبوراً، أن يتقبل المناقشات والانتقادات الموضوعية، وفيما يلي بعض الإرشادات المفيدة عند التخاطب وجها لوجه:

- وضع المتكلم في وضع مريح وطبيعي، وبالتالي يمكن بمساعدة على الكلام بحرية.
- إشعار المتكلم برغبتك في السماع وذلك من خلال المتابعة باهتمام، ومحاولة التفهم بدلاً من المعارضة

¹ - علاء محمد القاضي، بكر محمد حمدان: مرجع سابق، ص44

- التحرر من الذهول والارتباك وذلك يضبط تصرفاتك وعدم الانصراف

❖ مهارة القراءة:

من أهم المهارات الضرورية في الاتصال الشخصي، حيث أن التركيز والانتباه في القراءة تمكن الفرد من استخلاص المعلومات بسرعة، حيث يقوم الفرد بقراءة التقارير والمذكرات، ثم عليه أن يستخلص النتائج بسرعة.¹

❖ مهارة التفكير:

فلا يقصد بالتفكير في عملية الاتصال الاستغراق في تفكير عميق، وإنما المقصود به استعمال الفكر بسرعة في المواقف والعلاقات المحيطة بالعمل خلال عملية الاتصال وخاصة الاتصال الشخصي، لذلك يجب ألا يتعجل الفرد في عرض فكرة أو مشكلة على رئيسيه، أو حتى مرؤوسيه قبل أن يتم التفكير فيها، ويحلها، وإلا كانت اتصالاته عرضة لبعض مشكلات إساءة الفهم، فالتفكير يساعد في تنمية المهارات الاتصالية، وعلامة على ذلك يجب على الرؤساء تنمية مهارة التفكير لدى المرؤوسين لنجاح عملية الإنصات.²

❖ مهارة السؤال:

تعد إحدى أهم المهارات الاجتماعية واسعة الانتشار، ومن أهم مهارات التفاعل الاجتماعي، فالالاتصال الذي يبني على الأسئلة والأجوبة يعد من أكثر أشكال التفاعل الإنساني أهمية، ويتفق علماء الاجتماع والاتصال، وعلماء البلاغة على تعريف السؤال بأنه: " طلب الحصول على المعلومات سواء كانت واقعية أم خلاف ذلك."³

¹ - علاء محمد القاضي، بكر محمد حمدان: مرجع سابق، ص 45

² - حميد الطائي، بشير العلق: أساسيات الاتصال، دار البازوري العلمية، عمان (الأردن)، 2009، ص 101

³ - محمد منير حجاب: مهارات الاتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة، ط2، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة

❖ مهارة الإقناع:

يمكن أن نعرف الإقناع على أنه: "استخدام المتحدث أو الكاتب للألفاظ والإشارات التي يمكن أن تؤثر في تغيير الاتجاهات والميول والسلوكيات".
يعتبر الإقناع من الأمور التي نمارسها باستمرار، لذا فإتقان هذا الفن أمر مهم جداً، خاصة في مجال الأعمال الإدارية بوصفها تلجأ إلى هذه المهارة في إنجاز كل أعمالها بحكم ارتباط وظيفتها مباشرة في التعامل مع الأفراد داخل المؤسسة خارجها.¹

❖ مهارة إدارة الاجتماعات:

أ- مفهوم الاجتماعات: "هو عبارة عن تجمع شخصين أو أكثر في مكان معين للتداول والتشاور، وتبادل الرأي في موضوع معين."²

ب- أهمية الاجتماعات:

تكتسب الاجتماعات أهمية متزايدة في دنيا الأعمال، فمن خلال الاجتماعات مع فريق العمل داخل المؤسسة يكون لها الدور الأكبر في صياغة الخطط والإستراتيجيات لفترة مقبلة.

- إتاحة الفرصة لقادة الإداريين والمشاركين في الاجتماع لتوصيل آرائهم وتوجيهاتهم، ووجهات نظرهم إلى بقية العاملين عن طريق الأعضاء المشاركين.
- إتاحة الفرصة للموظفين حديثي الخبرة للاحتكاك بمن هو أقدم منهم خبرة، وممارسة تجربة التدريب.

¹- بلال خلف السكارنة: المهارات الإدارية في تطوير الذات، ط2، دار المسيرة، عمان(الأردن)، 2015، ص ص 181-

²- حسين جلوب: مهارات الاتصال، الاتصال مع الآخرين، دار كنوز المعرفة، عمان(الأردن)، 2009، ص 209

➤ التوصل إلى قرارات جماعية تتسم بالنضج والعمق، والصدق، والموضوعية، بعكس القرارات الفردية التي تعتمد على قدرات شخصية وتتسم أحيانا بالتحيز والمصالح الشخصية.¹

ج- المهارات اللازمة لإدارة الاجتماعات:

- ✓ لا تقاطع المتحدث قبل أن يصل إلى نتيجة كلامه.
- ✓ لا نغير موضوع الحديث بإثارة انتباه الحاضرين إلى أشياء أخرى.
- ✓ حاول أن لا تثير المتحدث وتشككه في نفسه.
- ✓ تجنب تحدي المتحدث ولا العمل على بلبلة أفكاره.
- ✓ لا تعارض المتحدث عندما ينتهي من حديثه.²

¹ - زيد منير عبوي: فن الإدارة بالاتصال، دار دجلة، عمان (الأردن)، 2008، ص128

² - حسين جلوب، مرجع سابق، ص219

المبحث السادس:

معوقات الاتصال الشخصي

هناك الكثير من العوامل التي تحول دون اتمام عملية الاتصال الشخصي بفاعلية كبيرة و ترجع هذه العوامل الى ثلاثة أنواع من المعوقات و هي :

أ/ المعوقات الفردية :

ترجع هذه المعوقات الى الحقيقة الثابتة ، و هي أن الأفراد العاملين بالمؤسسة مختلفون و تنعكس هذه الاختلافات على طريقة اللغة المستخدمة بينهم، بل و على طريقة استخدام اللغة ذاتها، و الرغبات و الميول الفردية ، و القدرة على الفهم، و عامل الخوف الذي يعتري بعض الأفراد ارسال بعض المعلومات الواجب ارسالها

ب/ المعوقات المرتبطة ببيئة العمل :

و هي التي يمكن اجمالها في العديد من الأشياء التي منها تحول رجل الادارة العليا الى المعوق الأكبر في نظر العاملين في المؤسسة و عدم رغبة هذا الفرد في الاتصال، فضلا عن عدم فاعلية القيادة التي تخلق عدم الجدية و انعدام الثقة، و بالتالي فان أي شيء يقال لابد أن يسيء فهمه¹.

ج/ المعوقات الميكانيكية :

تعكس هذه المعوقات عدم وجود قنوات اتصال فعالة و يمكن اجمالها فيما يلي :

- **الهيكل التنظيمي:** هو تعبير عن مجموعة العلاقات بين جميع مكوناته ، و عليه فان أي تجاهل للمبادئ السليمة للتنظيم أو الخروج عنها لاشك أنها سيؤدي الى التقليل من فعالية عملية الاتصال الشخصي ، و بالتالي فان الخروج على تلك

¹ - محمد صاحب سلطان: مبادئ-الأسس والمفاهيم، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان(الأردن)، 2014،

الالية من شأنه احداث الكثير من التضارب و سوء الفهم بين الأفراد العاملين بالمؤسسة الواحدة، نتيجة لعدم وضوح الاختصاصات و السلطة و المسؤولية.

• **المسؤولية الوظيفية:** السبب في عدم فعالية نظام الاتصالات في نظر بعضهم قد لا يرجع الى عدم رغبة كل فرد في المؤسسة في اجراء الاتصالات اللازمة، و انما يرجع الى عدم وجود وظيفة خاصة بالاتصالات يشرف عليها شخص مسؤول¹.

إضافة إلى أن هناك العديد من العوائق والمعوقات التي تعترض عملية الاتصال الشخصي في المؤسسة نتناولها فيما يلي:

- اختلاف معنى الكلمات
- تعقد الصياغة واستخدام المصطلحات غير المفهومة
- أخطاء الإرسال
- عدم الانتباه للاتصال
- الإدراك المختلف
- العوائق النفسية
- درجة التفاهم بين المصدر والمستقبل
- اختلاف التخصص بين المرسل والمستقبل
- استخدام وسيلة اتصال غير مناسبة
- عدم احترام آراء الغير²

¹ - محمد صاحب سلطان: مرجع سابق ص ص 182-183

² - محمد فتحي أبو ناصر: مدخل إلى الإدارة التربوية، النظريات والمهارات، دار المسيرة للطباعة والنشر، ط1، بيروت(لبنان)، 2008، ص86

كما يوجد هناك تصنيف آخر لمعوقات الاتصال الشخصي تتمثل في:

معوقات المرسل: ناتجة عن أخطاء أهمها:

✓ دوافع المرسل تؤثر في طبيعة المعلومات التي يقوم بإرسالها

✓ اعتقاد المرسل أن سلوكه في كامل التعقل والموضوعية

✓ سوء فهم المرسل للمعلومات

✓ التحيز من طرف المرسل لطبيعة الأمور والأحداث

✓ حالة المرسل الانفعالية تؤثر في شكل المعلومات

معوقات في المستقبل:

✓ يقع المستقبل في الخطأ عند استقباله للمعلومات المشابهة لتلك عند المرسل

✓ الفهم الخاص عند استقبال المعلومات التي يرسلها المرسل

معوقات في الرسالة: تتعرض الرسالة لبعض المؤثرات التي تغير طبيعة المعلومات ومن أهم

هذه المؤثرات ما يلي:

✓ سوء الفهم والإدراك

✓ عدم القدرة على انتقاء كلمات سهلة ومعبرة

✓ افتقار المرسل إلى القدرة في تعزيز معنى الرسالة بتغييرات الوجه والجسد

معوقات في بيئة الاتصال: يقع أطراف الاتصال في أخطاء عديدة عندما يتفاعلون لتأثير

البيئة المحيطة بهم وبعملية الاتصال، وعدم الأخذ بعناصر البيئة، وتأثيرها على الاتصال

مما يشوش على عملية الاتصال، وفيما يلي عناصر البيئة والأخطاء الخاصة بهم:

✓ أحد أطراف الاتصال أو كلاهما لا يفهم الأهداف المشتركة.

✓ أحد أطراف الاتصال تتعارض أهدافه مع أهداف الطرف الآخر.¹

¹ - محمد فتحي أبو ناصر: مرجع سابق، ص 87.

- ✓ أحد أطراف الاتصال أو كلاهما لا يفهم وظيفة الآخر
- ✓ أحد أطراف الاتصال أو كلاهما لا يفهم الفوائد التي ستعود عليه من الاتصال
- ✓ أحد أطراف الاتصال أو كلاهما لا يفهم العواقب جراء سوء الاتصال
- ✓ عدم اتسام بيئة الاتصال بالابتكار، العدالة، والثقة
- ✓ عدم توفير معلومات مرتدة عن مدى التقدم في الاتصال¹

¹ - محمد فتحي أبو ناصر: مرجع سابق، ص 87.

خلاصة الفصل الأول:

للاتصال الشخصي أهمية كبيرة في مختلف المؤسسات لا تقل عن أهمية الاتصالات التنظيمية، لذلك يتميز الإداري الناجح والمتميز بإتقانه الاتصال الشخصي والتنظيمي، فمن الطبيعي أن عمل الإداري يركز على نقل المعلومات وتبادلها على مستوى المؤسسة، وكذلك على المستوى الفردي من خلال المقابلات والاجتماعات والمناقشات وزيارات العمل، وإبرام الاتفاقيات وحل النزعات، فمن خلال الاتصال الشخصي يتم تشجيع وحث العاملين على العمل وتدريبهم وتهيئتهم للعمل وزيادة التنسيق وتحفيزهم ورفع روحهم المعنوية مع الآخرين، مواجهها في ذلك الكثير من العوامل والمعوقات التي تحول دون إتمام عملية الاتصال الشخصي بفاعلية كبيرة، من أجل تحقيق أهدافهم الشخصية وأهداف المؤسسة ككل.

الفصل الثاني: المؤسسة الخدمائية

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم المؤسسة الخدمائية وخصائصه

المبحث الثاني: أنواع المؤسسة الخدمائية

المبحث الثالث: وظائف المؤسسة الخدمائية

المبحث الرابع: دور وأهداف المؤسسة الخدمائية

المبحث الخامس: عوائق المؤسسة الخدمائية وآفاقها

الخلاصة

تمهيد:

تعتبر المؤسسة الخدمائية من بين المؤسسات التي يعتمد نشاطها اعتمادا كليا على رضا الجمهور، حيث تهدف إلى تحقيق أرباح عن طريق إشباع حاجات ورغبات الزبون، كما تسهر هذه المؤسسة على تقديم ذات المستوى المرغوب من الجودة.

وضمن هذا السياق سيتم التعرض في هذا الفصل إلى أهم جوانب المؤسسة الخدمائية، حيث سنتطرق إلى المؤسسة الخدمائية، ومن ثم أنواعها إضافة إلى أهم وظائفها، كما سنتطرق إلى دور وأهداف المؤسسة الخدمائية، وأخيرا أهم معوقات وآفاق المؤسسة الخدمائية.

المبحث الأول:

مفهوم المؤسسة الخدمائية وخصائصه:

1/ مفهوم المؤسسة الخدمائية:

أ- اصطلاحاً: هي كل وحدة قانونية سواء كانت مادية أو معنوية تتمتع باستقلال مالي في

صنع القرار، وتنتج سلع وخدمات تجارية، وهي عبارة عن مجموعة العوامل المنظمة

بكيفية تسمح بالإنتاج وتبادل السلع.¹

أما بالنسبة لمصطلح خدمات فقد عرفها " لستاتون" على أنها: " النشاطات غير

المحسوسة والتي تحقق منفعة للزبون أو المستفيد، والتي ليست بالضرورة مرتبطة ببيع

سلعة أو خدمة أخرى.²

كما يعرفها "Bakke": هي نظام مستمر من الأنشطة الإنسانية المتميزة والمتناسقة

التي تستخدم مجموعة من الموارد الأساسية المادية، المالية، الفكرية والطبيعية، في نظام

متميز لحل المشكلات، تعمل على حل إشباع الرغبات. والواقع أن السمة الرئيسية

للمؤسسة الخدمائية هي وجود عناصر بشرية تتفاعل فيما بينها لتحقيق الأهداف المرجوة

اجتماعياً.³

¹ - رائد محمد عبد ربه: نظرية المنظمة والمؤسسات، الجنادرية، ط1، عمان، 2013، ص91.

² - فريد كورل: تسويق الخدمات،، ط1، دار كنوز المعرفة العلمية، الأردن، 2009، ص61

³ - محمد ناجي الجوهري: الاتصال التنظيمي، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية، 2000، ص15

2/ خصائص المؤسسة الخدمائية:

تتميز المؤسسات الخدمائية بمجموعة من الخصائص أهمها:

- إتباع مدخل شمولي لكل الأنشطة الوظيفية يقوم على وجود مجموعة من الأهداف والقيم الواضحة والنظر إلى تلك الأهداف على أنها أهداف استراتيجية يجب العمل على تحقيقها حتى خلال الفترات الصعبة.
- تؤخذ جودة الخدمة على أنها محور رئيسي يجب الثبات والانتظام في تقديمها بذات المستوى من خلال مدى واسع من العلاقات والتفاعلات التي ترضي أو تفوق توقعات عملاء المؤسسة.
- أن يكون العميل هو المحور الرئيسي لحركته، وأن تعمل على بناء وتدعيم علاقات مستمرة في الأجل الطويل مع عملائها.
- تتميز المؤسسات الخدمائية بحاجتها المستمرة إلى المعلومات الصحيحة والمراقبة الدقيقة لبيئتها حتى تستطيع التخطيط لأنشطتها، بسبب الطبيعة غير الملموسة لمنتجاتها وطبيعة العمل الذي تمارسه هذه المؤسسات التي تحتاج إلى عمليات الاقتناع أكثر من غيرها، وبسبب ما تتميز به منتجاتها وخدماتها من إنتاج وتقديم وانتفاع في وقت واحد وبشكل متتابع.¹

¹- زكي خليل المساعد: تسويق الخدمات وتطبيقاته، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2003، ص27

المبحث الثاني:

أنواع المؤسسات الخدمائية:

وفي العادة ما تقسم مؤسسات الخدمة وفق المعايير والأسس التالية:

أ- حسب نوع السوق (أو حسب الزبون):

تنقسم المؤسسة الخدمائية حسب نوع السوق أو حسب الزبون إلى:

- **مؤسسات خدمات المنشآت:** وهي المؤسسات التي تقدم خدمات لإشباع حاجات منشآت الأعمال كما هو عليه الحال (في الاستشارات الإدارية، خدمات المحاسبة وصياغة المباني والمعدات) وهناك خدمات يتم تقديمها لكل المستهلكين ومنشآت الأعمال ولكن بأساليب وسياسات تسويقية مختلفة ومتباينة
- **مؤسسة الخدمة الاستهلاكية:** هي المؤسسات التي تسعى إلى تقديم خدمات لإشباع رغبات الأشخاص مثل (الخدمات السياحية والصحية خدمات النقل والاتصالات).

ب- حسب درجة كثافة قوة العمل:

وتنقسم إلى نوعين:

- **مؤسسة خدمية تعتمد على المستلزمات المادية:** من أمثلتها (مؤسسات خدمات الاتصال السلكية واللاسلكية، خدمات النقل العام والبيع الآلي...)
- **مؤسسة خدمية تعتمد على قوة عمل كثيفة:** من أمثلتها (مؤسسات خدمات تربية ورعاية الأطفال....)¹

¹ - حميد الطائي وبشير العلاق: إدارة عمليات الخدمة، ط1، دار البازوني العلمية، عمان، 2009، ص15

ج- حسب درجة الاتصال بالمستفيد:

تنقسم إلى:

- مؤسسات خدمية ذات اتصال شخصي منخفض: مثال (مؤسسات الصرف الآلي والخدمات البريدية وغيرها)
- مؤسسات خدمية ذات اتصال شخصي عالي: مثال (مؤسسات التطبيب والمحاماة والسكن والتأمين..)
- مؤسسة خدمية ذات اتصال شخصي متوسط: مثلا (خدمات المطاعم والمسرح...)

د- حسب الخبرة المطلوبة في أداء الخدمات:

- مؤسسات خدمية غير مهنية: مثل (مؤسسات خدمات العمارات وأخرى...)
- مؤسسة خدمية مهنية: مثلا (خدمات الأطباء والمحامين والمستشارين والإداريين والصناعيين...)

هـ- حسب هدف مقدم الخدمة:

- يرتبط هذا النوع من المؤسسات الخدمائية بأغراض مقدم الخدمة، وتأخذ أحد الشكلين:
- مؤسسات خدمية قصدها الربح المادي: مثل (المؤسسات الخدمية المالية والصحية)
 - مؤسسات خدمية غرضها ليس ربحي: كمؤسسات خدمة التنظيم والقطاع العام.¹

¹- حميد الطائي وبشير العلق: مرجع سابق، ص 15

المبحث الثالث:**وظائف المؤسسة الخدمائية:**

تعتمد المؤسسة الخدمائية في عملها على إنجاز معنى الخدمة وذلك بإشباع حاجات ورغبات المستفيد التي كان يريها من المؤسسة الخدمائية وهي كالاتي:

أ- توفير المعلومات:

لا عجب أن كثير من المؤسسات الإنتاجية والخدمائية تسعى نحو العمل باتجاه توفير أكبر قدر ممكن من المعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات التي تقدمها للمستهلكين على اختلاف أنواعهم ولكي يحصل المستفيد على قيمة حقيقية أو فائدة مرجوة من الخدمة المقدمة فإنه يحتاج إلى معلومات عن هذه الخدمة، فالمستفيد من الخدمة يريد معرفة تلك الخدمات التي تلبي احتياجاتهم ورغباتهم بالشكل الأمثل.

من الوسائل المعتمدة لتزويد المستهلك أو المستفيد بالمعلومات، إنشاء مراكز معلومات متخصصة أو تدشين حملات إعلانية تعريفية أو المشاركة في المعارض والمؤتمرات، كما تحرص المؤسسات على إنشاء مكاتب متخصصة في الإجابة عن استفسارات العملاء والزبائن حول الشركة المعنية بسلعها وخدماتها.

ب- تقديم الاستشارة:

تتطلب الاستشارة الفاعلة أن يكون مقدم الاستشارة ملماً إماماً دقيقاً بالوضع السائد للعميل، ويحبذ كثيراً أن تكون لدى المستشار معلومات خلفية عن العميل قبل تقديم أو اقتراح أي حل أو أسلوب لمعالجة المشكلة.¹

¹ - سفيان فرج: الاتصالات الإدارية، ط1، دار أسامة، عمان، 2009، ص161، 162

تقدم بعض الاستشارات بالمجان على أمل إبرام صفقة مع العميل، والهدف الأساسي للاستشارة هو دفع العميل إلى اتجاه إيجابي يحقق له منفعة ما كان بالإمكان تحقيقها لولا هذه الاستشارة.

ج- استلام الطلبات:

في استقرار رأي المستفيد على اقتناء الخدمة، فإن الخطوة التالية هي استعداد مقدم لإبرام الصفقة بمعنى استلام طلبية المستفيد ومعالجتها بغية توفيرها له في المكان والزمان المحددين.

د- الصياغة والرعاية:

تتمثل الضيافة الورقة الأجل بين أوراق الخدمة سابقة الذكر حيث، تعكس سعادة اللقاء بالعملاء والزبائن الجدد والترحاب بالزبائن والعملاء القدامى فنترسخ لهم عندهم صورة جيدة عن المؤسسة.

هـ- حماية ممتلكات المستفيدين:

عندما يقوم المستفيدون بزيارة موقع الخدمات فإنهم غالباً ما يطلبون المساعدة في الحفاظ على ممتلكاتهم، وفي الواقع فإن كثيراً من المستفيدين قد لا يأتون إلى موقع الخدمة ما لم توفر لهم مؤسسة الخدمة المعينة بعض التسهيلات الخاصة بحماية ممتلكاتهم مثل: توفير مواقف مؤمنة لإيواء سياراتهم.

و- معالجة الشكاوى والمقترحات:

تتطلب هذه الخطوة توافر إجراءات محددة بشكل واضح ودقيق، حيث أن شكاوى العملاء وكذلك مقترحاتهم سريعة حتى يشعر العميل باهتمام المؤسسة.¹

¹ - سفيان فرج: مرجع سابق، ص 163، 164

المبحث الرابع:

دور وأهداف المؤسسة الخدمائية:

1/ دور المؤسسة الخدمائية: ينحصر دور المؤسسة الخدمائية في مستويين هما:

أ- المستوى الاقتصادي: تقوم المؤسسة الخدمائية باستخدام الموارد المتاحة لديها لتقديم أفضل الخدمات لعملائها ونتيجة لهذا تكون المؤسسة مسؤولة عن التوفيقية المثلى للموارد المستخدمة في عملية تقديم الخدمات للحصول على أفضل استخدام ممكن طبقا لهدف المؤسسة، سواء كان من أجل تحقيق أكبر عائد من الربح أو رفع مستوى الاقتصاد من خلال الخدمات التي تقدمها، مثال ذلك القيام بتقديم قرض لتمويل مشروع معين فيكون قد ساهم في رفع المستوى الاقتصادي وحقق ربحا من وراء المشروع.

ب- المستوى الاجتماعي: فهي تسمح بتحقيق التوازن بين المستوى الاجتماعي للمعيشة وبين المستوى المهني للعمال عن طريق العمل البشري يمكن من:

- زيادة المهارات المهنية للعمال.
- إخضاع العمال إلى دورات تكوين وتدريب من أجل رفع المستوى المهني لديهم كإرسالهم في بعثات تكوينية إلى الخارج، لاكتساب الخبرة ومواكبة التطور الحاصل في الدول المتقدمة لتمكينهم من الصعود في السلم الوظيفي، إذن فالمؤسسة هي احد العوامل الأساسية المحددة للمستوى المعيشي باعتبارها تساهم في توفير الخدمات،¹

¹ - هدى غرسي: دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمائية بالعلاقات العامة بجامعة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية، 2014/2015، ص104

وتقوم بتوزيع الدخول النقدية التي تسمح لمختلف الفئات الاجتماعية باستهلاك هذه الخدمات وفقا للدعاية والاعلان لهذه المنتجات، وبالتالي فهي تؤثر في المستوى المعيشي للمجتمع

2/ أهداف المؤسسة الخدمائية:

تهدف المؤسسة الخدمائية إلى تحقيق أهداف عدة في مختلف المجالات ويمكن تلخيصها فيما يلي:

أ. المجال الاقتصادي:

- تحقيق عائد مناسب لرأس المال المستمر.
- تحقيق مكانة جيدة بين المؤسسات الخدمائية وخاصة الدولية منها حتى لا تقوم هذه الأخيرة بغزو السوق الوطنية واحتلال مكانة هامة في السوق الدولية.
- استمرار نشاط المؤسسة الخدمية حتى يتم تحقيق الاكتفاء الذاتي، وحتى لا يلجأ أفراد المجتمع إلى طلب الخدمات من الخارج، كطلب قروض من بنوك أجنبية مثلا مما يؤثر على الاقتصاد الوطني.

ب. المجال الاجتماعي:

- امتصاص الفائض في العمالة بتأمين فرص العمل
- تلبية حاجة المستهلكين وتحقيق الإشباع والرضا في المجتمع
- إنتاج وتقديم خدمات معتدلة الثمن.
- ج. المجال الثقافي: العمل على توعية العمال بصفة عامة لمواكبة سيرورة التقدم الحاصل في المجتمعات المتقدمة من ناحية الخدمات التي تقدم بأحدث طرق.¹

¹ - هدى غرسي: دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمائية بالعلاقات العامة بجامعة، مرجع

د. المجال الإداري:

أما في المجال الإداري فهي تهدف إلى ترقية العمل من خلال تنظيم ومنح الحوافز للعمال لتشجيعهم على تقديم خدمات بشكل جيد. من ناحية أخرى نجد أن جميع الاستراتيجيات والتقنيات التي تقوم بها مؤسسة الخدمات، لها غاية وأهداف ترمي إلى إشباع رغبة التجارة وسمعة المؤسسة، ونجد من بين الأهداف ما يلي:

• المصدقية في سوق الخدمات:

- توفير الضمان الشخصي من خلال النتائج.
- الحضور قصد إظهار الثقة وإعطاء صورة حسنة للمؤسسة من خلال القدرات.
- الانتماء إلى الجمعيات المهنية.
- العتاد التربوي.

• صورة التوسيع والتدويل:

- منح امتيازات في المعاملات الوطنية في تجارة الخدمات.
- تساعد المؤسسة في توريد خدماتها في سوق عالمي واسع.
- ترقية النمو الاقتصادي والتطوير
- مساهمة الخدمات: تدويل قطاع الخدمات الذي يلعب دور حيوي في تسهيل كل جوانب النشاط الاقتصادي.
- تطوير القدرات: دعم السلطات الحكومية بالمشاركة في التظاهرات التجارية أو المحاضرات الدولية وتأسيس عقود الشراكة والعروض القانونية.¹

¹ - هدى غرسي: مرجع سبق ذكره، ص 105

المبحث الخامس:

عوائق المؤسسة الخدمائية وآفاقها:

1/ عوائق المؤسسة الخدمائية:

توجد عدة معوقات تعيق المؤسسة الخدمائية، نذكر منها ما يلي:

- (أ) معوقات شخصية: تتمثل في عدم القدرة على التعبير الجيد واختيار الألفاظ الواضحة.
- (ب) معوقات تنظيمية: تكمن في كبر حجم نطاق الإشراف وكثرة المستويات الإدارية وهذا راجع إلى عدم وجود هيكل تنظيمي جيد يسير المؤسسة، فهذه المعوقات راجعة إلى عدم وضوح الاختصاصات والصلاحيات، وغياب السياسة الواضحة لنظام الاتصالات في المنظمة والتي تساعد على تحديد السلطة والصلاحيات والمسؤوليات وتمنع التداخل بين الوحدات التنظيمية.
- (ج) معوقات بيئية: إن المحيط الذي نعيش فيه يؤثر ونتأثر به من خلال درجة الحرارة الإضاءة وسوء التهوية ووجود الضوضاء، هذا ما يؤدي إلى إعاقة المؤسسة الخدمائية ويخلق التوتر لها.
- (د) معوقات نفسية اجتماعية: متى كانت هناك عوائق نفسية واجتماعية حتما ستؤدي إلى خلق جو سيء بين العاملين والمديرين، ولهذا ضرورة إلغاء هذه المعوقات من أجل تعزيز العلاقات الاجتماعية بين العاملين على اختلاف مستوياتهم التنظيمية وذلك لرفع الحواجز النفسية والاجتماعية بين المديرين والعاملين لتحقيق النجاح في المؤسسة.¹

¹ - ميخائيل جميعان: أسس الإدارة العامة، دار عويدات للنشر، بيروت، 1983، ص152

2/آفاق المؤسسة الخدمائية:

تواجه المؤسسة عدة صعوبات تعرقل مهامها الخدماتي، لهذا وجب وجود عدة تحديات للتخلص من هذه المعوقات تتمثل فيما يلي:

- تخطيط الأداء أي تحديد الأهداف المطلوبة من أداء عمليات بذاتها وتصميم الطريقة الأفضل للتنفيذ ومتطلباتها البشرية والمادية والمعلومات والتقنية.
- تطوير الأداء في المؤسسة الخدمائية، وذلك بالبحث عن تقنيات جديدة أو تصميمات مبتكرة وتنظيم العلاقات بين الموظفين من خلال إعادة هندسة العمليات.¹
- ضرورة إدماج إمكانيات التطور التكنولوجي عند تخطيط الأداء في المؤسسة الخدمائية.

• التفكير الغير التقليدي لحل المشاكل، تعتمد الإدارة المعاصرة أساليب التفكير غير التقليدي لحل ما يواجهها من مشكلات ويكون ذلك من خلال استثمار المعلومات للتعرف على جوانب أي مشكلة باستخدام أساليب التفكير غير التقليدية للوصول إلى حلول غير تقليدية للمشكلات.

لذا تهدف المؤسسة الخدمائية إلى تنمية أساليب التفكير الخلاق لدى العاملين وشحن قدراتهم على الاقتراح والإبداع والتطوير لبناء القدرات التنافسية، وينطلق التفكير غير التقليدي من نموذج فكري مرن ويسترشد بوضوح الرؤية والأهداف المحددة، يعتمد على الخبرة والمعرفة المتراكمة والتفكير غير التقليدي وذلك تجريب الأفكار والأساليب مستهدفا تحقيق إنجازات متميزة.

¹ - حمادي حسين: تدريبات أنماط الاتصالات التنظيمية، ط1، منشورات المركز العربي للتطور الإداري، مصر، 2000،

• الاعتماد على تقنيات الاتصال والمعلومات:

يعتبر إنتاج وتداول المعلومات الوسيلة الرئيسية لدعم المؤسسة الخدمائية في كافة مجالاتها، وأصبح تدفق المعلومات أساس بناء الهيكل الإدارية والتنظيمية وتنسيق علاقات العمل في المؤسسات المعاصرة، كما تمثل المعلومات أحد أهم المداخلات أي الموارد للمؤسسة الحديثة، كما أنها عنصر أساسي في جميع العمليات والأنشطة التي تقوم بها المؤسسة، أحد أبرز المخرجات التي تحقق للمؤسسات فوائد مادية وثقافية واجتماعية وحتى سياسية هائلة.

كذلك تدخل المعلومات الآن كعنصر رئيسي في إنتاج السلع والخدمات وتعتبر المعلومات عنصراً هاماً وحيوياً في العملية الإدارية، حيث تتوافق فعالية وكفاءة المؤسسات المختلفة في العصر الحالي على مدى توفر المعلومات الصحيحة ومدى جدوى عمل أنظمة الاتصال الداخلية والخارجية التي تستند إليها الإدارة في رسم سياساتها واتخاذ قراراتها في مختلف المجالات.¹

فالمعلومات تمثل قوة قادرة على التغلغل في كافة أشكال ومجالات العمل الإنساني، فهي بالنسبة للمؤسسة المعاصرة تمثل الطاقة أو مصدر قوة، كما كانت الآلة البخارية في عصر الثورة الصناعية.

• الاستجابة السريعة لرغبات الجمهور من المتعاملين ومختلف جماعات الاتصال المتعاملة مع المؤسسة وإدارتها.

• تكوين الموارد البشرية والمادية والمعلوماتية وتوظيفها وصيانتها وتنميتها

• التخطيط لتحقيق التوازن والاهتمام المتبادل في المؤسسة الخدمائية

¹ - عبد الكريم بن أعرب: تسيير المنشأة، منشورات جامعة منتوري قسنطينة، 2004/2003، ص 20

- تنمية العلاقات مع مؤسسات البحث العلمي والتطوير التقني وإقامة قدرات ذاتية في مجال التطوير المستمر لتقنيات الإنتاج والمنتجات وتهيئة ثقافة تنظيمية تحابي الابتكار والإبداع وتشجيع العاملين لتقديم إبداعاتهم الفكرية في جميع المجالات
- توزيع المسؤوليات والصلاحيات بالتناسب مع المستوى المعرفي لأفراد المؤسسة الخدمائية.
- تنمية منهجية إدارية تتبنى النظرة الكلية والشاملة في تحليل المشكلات والبحث عن الحلول والتي تراعي الأبعاد المتعددة في أي قضية وتقيم التوازن بين اهتمامات أصحاب المصلحة في المؤسسة الخدمائية.¹

¹ - فهمي محمد العدوي: مشاهدة في العلاقات العامة، ط1، دار أسامة، عمان، 2011، ص111

خلاصة الفصل:

تعد المؤسسة الخدمية هيكلًا منظمًا للقدرات ووسائل خاصة حيث يستفيد الزبون من خدماتها من مختلف الأشكال والأنواع فهي تبيع له الخدمة مباشرة. مما يجعلها تضطر لتوسيع مجال علاقاتها مع الزبائن لتضم أكبر عدد ممكن منهم، إن هذا التوسيع يسمح للمؤسسة الخدمية بالاطلاع السريع والمباشر على رغبات الزبائن وأذواقهم وهذا من أجل تحسين نوعية الخدمة المقدمة.

الفصل الثالث: الصورة الذهنية للمؤسسة

تمهيد

المبحث الأول: نشأة الصورة الذهنية

المبحث الثاني: خصائص وسمات الصورة الذهنية

المبحث الثالث: وظائف وبرامج الصورة الذهنية

المبحث الرابع: مكونات الصورة الذهنية

المبحث الخامس: أهمية الصورة الذهنية

المبحث السادس: وسائل تحسين صورة المؤسسة الذهنية للمؤسسة

خلاصة

تمهيد:

تزايد الاهتمام بموضوع الصورة الذهنية وأهميته بالنسبة للمجتمعات والشركات والمنظمات نظرا لقيمتها الفعالة التي تؤديها في تشكيل الآراء وتكوين الانطباعات الذاتية، وخلق السلوك الإيجابي تجاه المؤسسات. وأصبح تكوين صورة ذهنية حسنة هدف أساسيا تسعى إليه معظم المؤسسات التي تشيد النجاح.

وفي هذا الفصل سنتطرق إلى لمحة تاريخية للصورة الذهنية، وأهم خصائصه وسماته، ومن ثم التطرق إلى أهم وظائف وبرامج الصورة الذهنية، وكذا التطرق إلى مكونات الصورة الذهنية ومن ثم الحديث عن أهميته، وفي الأخير وسائل تحسين الصورة الذهنية.

المبحث الأول:

نشأة الصورة الذهنية:

ظهر مصطلح الصورة الذهنية سنة 1908 على يد العالم GRAHAM WALLAS والذي أشار في كتابه "الطبيعة البشرية والسياسية للناخبين في حاجة إلى شيء مبسط عند الثقة في مرشح ما"، وفي سنة 1958 قام مركز بحوث الرأي العام في "برنستون" بالولايات المتحدة الأمريكية بدراسة عن صورة المؤسسة واحتمالات تطوره أو التغيرات التي تطرأ عليها وبالتالي زاد الاهتمام بمفهوم الصورة الذهنية لدى المؤسسات منذ عام 1959.

وقد بدأ استخدام مصطلح الصورة الذهنية وعندما أصبح لمهنة العلاقات العامة تأثير كبير على الحياة الأمريكية مع بداية النصف الثاني من هذا القرن، وقد كان لظهور كتاب "تصوير صورة المؤسسة" للكاتب الأمريكي "لي بريستول" في عام 1960 أثر كبير في نشر مفهوم صورة المنشأة بين رجال الأعمال، وما لبث هذا المصطلح في مجال العلاقات العامة الدولية بشكل واضح في عام 1965 حينما ظهر كتاب "السلوك الدولي" الذي اشترك في تأليفه "هاريت كليمان" مع مجموعة من زملائه من علماء النفس والباحثين في مجال العلاقات الدولية.¹

وقد اهتمت الدراسات السياسية والإعلامية بصورة القيادات السياسية في بعض الشعوب وتأثيرها على صورة الشعب الذي تنتمي إليه من ناحية، وتأثيرها على السلوك الجماهيري إزاء هذه القيادات داخل شعوبها من ناحية ثانية

¹ - حجاب منير: الاتصال الفعال للعلاقات العامة، ط1، دار الفكر للنشر والتوزيع، القاهرة(مصر)، 2017، ص166

كما اهتمت الدراسات الإعلامية بدراسة صورة قطاعات المجتمع من خلال ما يقدم في وسائل الاتصال الجماهيرية، أو من خلال ما نتعبر به الجماهير من انطباعاته إزاء هذه القطاعات ولقد قامت العلاقات العامة بدراسة صورة الشخصيات القيادية والمنظمات والشركات والمؤسسات المختلفة لتعرف على نظرة الجماهير لهذه الشخصيات والمنظمات، ومعرفة العناصر الإيجابية والسلبية في هذه الصورة لتأكيد على العناصر الإيجابية وعلاج الأسباب التي أدت إلى تكوين الاتجاهات السلبية ان وجدت ، واهتم خبراء العلاقات العامة بدراسة العوامل المؤثرة على تكوين الصورة الذهنية وتطورها في ضل وسائل الاتصال الجماهيرية وتعدد الرسائل التي يتعرض لها إنسان في النصف الثاني من القرن العشرين.

وتعد وسائل الإعلام أهم القدرات التي تسهم في تشكيل وتكوين الصور الذهنية في أذهان الناس، وتكتسب هذه الوسائل أهمية كبرى في تكوين الصور الذهنية في حياتنا المعاصرة بسبب قدرتها البالغة على الإبهار والاستقطاب.¹

¹ - عمار زوييدة، فقير رضوان: دور الاتصال الداخلي في تحسين الصورة الذهنية لمؤسسة اتصالات الجزائر لدى جمهورها الداخلي (دراسة ميدانية-مستغانم-)، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، اتصال تنظيمي، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2020/2019، ص84

المبحث الثاني:

خصائص وسمات الصورة الذهنية:

1/ خصائص الصورة الذهنية:

هناك العديد من السمات والخصائص المختلفة التي تتسم بها الصورة الذهنية، نذكر من بينها ما يلي:

- **عدم الدقة:** ذهب الكثير من الباحثين الى أن الصورة الذهنية لا تتسم بالدقة ولعل مرجع ذلك أساسا هو أن الصورة الذهنية لا تعبر بالضرورة عن الواقع الكلي، ولكنها تعبر في معظم الأحيان عن جزيئة في الواقع الكلي، لا سيما، أن الأفراد عادة يلجؤون الى تكوين فكرة شاملة عن الآخرين من خلال معلومات قليلة يحصلون عليها لعدم القدرة على جمع المعلومات الكاملة.
- **الثبات والمقاومة للتغيير:** فالصورة الذهنية تميل الى الثبات ومقاومة التغيير، وتتعدد العوامل التي تحدد وتؤثر في كمية وكيفية التغيير المحتمل في الصورة الذهنية وبعض هذه المتغيرات يتعلق بالصورة ذاتها، وبعضها الآخر يتعلق بالرسائل الواردة من خلالها.
- **التعميم وتجاهل الفروق الفردية:** تقوم الصورة الذهنية على التعميم المبالغ فيه، ونظرا لذلك فالأفراد يفترضون بطريقة الية أن كل فرد من أفراد موضوع الصورة تنطبق عليه صورة الجماعة ككل على الرغم من وجود اختلافات وفروقات فردية.¹

¹ - بسام عبد الرحمان الجريدة: إدارة العلاقات العامة، ط1، دار أسامة للنشر، 2013، ص323

- التنبؤ بالمستقبل: تتميز الصورة الذهنية بالتنبؤ بالمستقبل بالسلوك والتصرفات المستقبلية للجمهور تجاه المواقف والقضايا والأزمات المختلفة، فالصورة الذهنية المنطبعة لدى الأفراد باعتبارها انطباعات واتجاهات لدى الأفراد حول الموضوعات والقضايا والأشخاص يمكن أن تنبئ بالسلوكيات التي قد تصدر عن الجماهير مستقبلا.
- **تخطي حدود الزمن والمكان:** تتسم الصورة الذهنية بتخطيها لحدود الزمان والمكان، فالفرد لا يقف في تكوينه لصوره الذهنية عند حدود معينة بل يتخطاها ليكون صورا عن بلد. ثم العالم الذي يعيش فيه. وعلى مستوى الزمان فالإنسان يكون صورة ذهنية عن الماضي، ويكون صورة ذهنية عن الحاضر، اضافة الى المستقبل وبذلك يتضح أن الانسان يكون صورا ذهنية عن الأزمنة والأماكن المختلفة وفقا لمعارفه ومدركاته ومشاهدته اضافة الى قدرته على التخيل والاستنتاج.¹

2/ سمات الصورة الذهنية:

وتحدد أيضا سمات الصورة الذهنية في النقاط التالية:

- تتسم الصورة الذهنية بأن لها إطارا نفسيا زمنيا، بمعنى أن الصورة الذهنية قديمة التكوين، أي أننا لا نطلق على معرفة حالية صورة ذهنية.
- تتسم الصورة الذهنية لها اطارا ذاتيا حسيا، بمعنى أن الصورة الذهنية تتبع من مقدرة الإنسان الحسية أي قدرة الإنسان على استيعاب المثير أو التعرض له
- تتسم الصورة الذهنية بالعاطفة على الرغم من أن ذلك لا يعد شرطا أساسيا في الصورة الذهنية وليست العاطفة في جميع الأحيان مقياسا للصورة الذهنية²

¹- بسام عبد الرحمان الجريدة: مرجع سابق، ص323

²- رضوان بلخيري: سيميولوجيا الصورة (بين النظرية والتطبيق)، ط1، دار قرطبة، 2012، ص83

المبحث الثالث:

وظائف وبرامج الصورة الذهنية:

1/ وظائف الصورة الذهنية:

الصورة الذهنية عدة وظائف نفسية أهمها:

- 1- تحقق الصورة أكبر قدر من التكيف مع ظروف الحياة من خلال دورها في اختصار جهد الفرد بما تقدمه له من أطر جاهزة تكفل له التعامل مع الآخر، بل والتنبؤ بسلوكه دون إمعان النظر في خصائصه الفردية
- 2- أن التصور الذهني يضيق نطاق الجهل بالآخرين من خلال استخدام الأفراد له، نتيجة لما يقدمه التصور الذهني من معرفة، يمكن أن تكون عليها صور الآخرين من خلال التعامل معها.
- 3- تؤدي عملية تكوين الصورة الذهنية إلى تحويل العالم إلى عالم أسهل وأكثر تنظيماً من خلال استخدام الجوانب السيكلوجية التي تنطوي عليها عمليات التعلم والتنبؤ بسلوك الإنسان.
- 4- تسهم الصورة الذهنية في تفسير مواقف الفرد وآرائه وأنماط سلوكه في الحياة الاجتماعية، وتفسير أساس فلسفته في الحياة، وذلك لارتباطها بقيمة ومعتقداته وثقافته.¹

¹ - عمار زوييدة، فقير رضوان: دور الاتصال الداخلي في تحسين الصورة الذهنية لمؤسسة اتصالات الجزائر لدى جمهورها الداخلي (دراسة ميدانية-مستغانم-)، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، اتصال تنظيمي، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2020/2019، ص84

2/ برامج الصورة الذهنية:

ترتكز هذه البرامج على محور واحد وهو استخدام كل الوسائل المادية والبشرية المتاحة بالفعل دون اللجوء إلى طلب توفير وسائل أو أموال جديدة إضافية إلا في ضيق الحدود الممكنة معتمدة على العنصر البشري بصفة أساسية، لأن العنصر البشري هو أفضل وسيلة قادرة على التصدي للحملات السلبية وقادرة على تقديم صورة مشرفة عن المنظمات وتمر بالخطوات التالية:

1/ تحديد الجمهور:

وتهدف هذه المرحلة إلى معرفة القطاعات الجماهيرية المؤثرة على المؤسسة ومعرفة خصائصها حتى يسهل اختيار وسائل اتصال مناسبة

2/ قياس الصورة الذهنية للمؤسسة لدى جمهورها الداخلي:

يمكن قياس الصورة الذهنية عبر ثلاث مراحل أساسية وهي:

- التقسيم (حسن أو سوء الجودة للصورة الذهنية)
- القوة (قوة المؤسسة أو ضعفها)
- النشاط (تنمو بسرعة أو لا تنمو بسرعة)

ويطلب في هذه الحالة من المستقضي منهم أ، يصنعوا العلامة المناسبة على كل مقياس

3/ التخطيط للصورة المرغوبة:

لتدرك الإدارة نواحي القبول والرفض لسياستها بين الجماهير المعنية، وتتعرف على الإجراءات التي ينبغي أن تقوم بها لإضعاف دوافع الرفض وتحديدها كما يدرك المسؤولون على العلامات العامة أسباب النجاح أو الفشل في التغيير عن المؤسسة، وتقديمها إلى¹

¹- عمار زوييدة، فقير رضوان: مرجع سابق، ص 87

الجماهير المستهدفة، وبعدها يتم وضع تخطيط مكتوب لمعالم الصورة المرغوبة عن المؤسسة.

4/ اختيار وسيلة الاتصال المناسبة:

يجب استخدام كل وسائل الاتصال الممكنة لتكوين معالم الصورة الطيبة ومن الضروري أن تخطط لاستخدام الوسائل الجماهيرية جنبا مع الاتصال الشخصي كلما أمكن ذلك من خلال الموظفين والبائعين بالإضافة استخدام العناصر المادية التي ترمز إلى المؤسسة، كالشكل الخارجي للمبنى وكافة الرموز المصورة التي تشتمل عليها إعلانات المؤسسة ومطبوعات أو أغلفة السلع التي تنتجها.

5/ التقييم:

من الضروري أن يتضمن التخطيط لبرامج الصورة وسائل التقييم المناسبة لمعرفة الأثر الفعلي لهذه البرامج.

والتقييم ينطوي على تحديد نتائجها أو قياس أثرها، والتقييم ينطوي على تحديد جوانب النجاح أو القوة فضلا على اقتراح أساليب علاج القصور، ومناطق الضعف والمشكلات التي يتم اكتشافها.¹

¹ - عمار زوييدة، فقير رضوان: مرجع سابق، 88

المبحث الرابع:

مكونات الصورة الذهنية

تعتبر مكونات الصورة الذهنية الكلية للمؤسسة كما عرفها الدكتور علي عجوة مجموعة من العناصر التي تندمج لتكون الصورة الذهنية الكلية للمؤسسة وهذه العناصر تتمثل فيما يلي:

- صورة العلامة التجارية:

وتتمثل في درجة النجاح المتوقع من الاتصال في تكوين صورة ايجابية عن المؤسسة بتأثير الثقة في علامتها التجارية

- صورة منتجات أو خدمات المنظمة :

تعتبر صورة منتجات المؤسسة من العناصر المكونة للصورة الكلية لها، فمنتجات أي مؤسسة أو خدماتها ومدى جودتها وتميزها ومدى قدرتها على مسايرة التغير في اتجاهات العملاء ومسايرة التطور العلمي في انتاجها، وطريقة تقديم خدمات ما بعد تقديم الخدمة تؤثر على تقييم الجماهير لأعمال المؤسسة ومدى كفاءة ادارتها، وتساهم في تكوين صورة طيبة لها لدى جماهيرها.

- صورة ادارة المؤسسة (فلسفة المؤسسة) :

ادارة المؤسسة هي الرمز الذي تعرف به لدى الجماهير ولذلك فان فلسفة الادارة في قيادة العمل في أي مؤسسة وفي قيامها بالاتصالات الناجحة في ادارة علاقتها مع الجهات المختلفة تعتبر من العناصر الحاكمة للثقافة التنظيمية التي توجه أداء وعمل ادارة المؤسسة¹

¹ - علي عجوة: العلاقات العامة والصورة الذهنية، د.ط، عالم الكتب، القاهرة، 2003، ص92

من ناحية أو تحم تعاملاتها مع الجماهير الخارجية من ناحية أخرى وهي الإطار الذي يحدد كل اتصالات المؤسسة ورسائلها الى الجماهير وتشكل صورتها الذهنية نحوها.

- **صورة المؤسسة كمكان للعمل:** تؤثر انطباعات الجماهير عن المؤسسة كمكان للعمل على صورتها الذهنية من حيث توفير بيئة صحية جيدة للعاملين، وخدمات اجتماعية وصحية وحوافز وأجور متميزة كما يؤثر المظهر الخارجي لها من مباني وأثاث ونظافة ونظام في العمل على إدراك الجماهير لها كمكان متميز للتعامل
- **أداء موظفي المؤسسة:** وتتمثل في قدرة موظفي المؤسسة على تمثيلها بشكل مشرف لدى الجماهير من خلال التعامل الطيب معهم، وكفاءة وسرعة أداء المهام المنوطة بهم مما يعطي انطباعا إيجابيا نحوها.
- **كفاءة اتصالات المؤسسة:** وتؤثر كفاءة الاتصالات التي تقوم بها المنظمة مع جماهيرها الداخلية والخارجية، وما تنقله المؤسسة في رسائلها للجمهور، في تكامل اتصالات المنظمة وتوضيح هويتها وفلسفتها للجماهير.¹

¹ - علي عجوة: مرجع سابق، ص ص 93-100

المبحث الخامس:

أهمية الصورة الذهنية:

إن أهمية الصورة الذهنية بشكل عام للمؤسسات تشكل عاملاً مهماً وحيوياً في تسويق أهداف المؤسسة في أداء رسالتها، وهي أهم العوامل المؤثرة في نجاح المؤسسات ومدى قدرتها على البقاء والنمو.

كما يشير علماء النفس إلى أن الإنسان في أغلب الأحوال يميل إلى التمسك بما لديه من صور يتميز لها فلا يقبل التعرض لأي رسالة لا تتفق معه وهو يدرك محتوى هذه الرسالة التي يتعرض على نحو يتفق مع الصور التي كونها، كما أنه يتذكر المواقف والتفاصيل التي تدعم الصورة الذهنية التي كونت وقتاً ما واستقرت وأصبحت ذات تركيز في تقديره كما يحدث بعد ذلك ورؤيته للواقع وتخيله للمستقبل، وفي هذا الصدد اعتمدت " كارت دويتش" هذه الحقيقة التي لاقت اتفاقاً بين عدد من الباحثين.

ومن هنا فقد اعتبر الباحثون أن الصورة النفسية يمكن ذكرها في الآتي:

- ✓ تحقيق الصورة الذهنية للفرد أكبر قدر ممكن من التكيف مع ظروف الحياة من خلال دورها في اختصار جهد الفرد بما تقدمه له من أطر جاهزة تكفل له التعامل مع الآخر والتنبؤ بسلوكه في خصائصه الفردية.
- ✓ إن التطور الذهني يضيق نطاق الجهل بالآخرين من خلال استخدام الأفراد له نتيجة لما يقدمه من معرفة يمكن أن تكون عليها صورة الآخرين من خلال التعامل معهم.¹

¹ - بسام عبد الرحمن الجرادة: إدارة العلاقات العامة، ط 1، دار وائل للطباعة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013،

✓ تؤدي عملية تكوين الصورة الذهنية إلى تحويل العالم من عالم معقد إلى عالم أسهل وأكثر تنظيماً من خلال استخدام الجوانب السيكلوجية التي تنطوي عليها عمليات التعليم داخل الإنسان.

✓ تسهم الصورة الذهنية في تغيير مواقف الفرد وآرائه وأنماط سلوكه في الحياة الاجتماعية وتفسر أساساً فلسفته في الحياة وذلك لارتباطها بقيمه ومعتقداته وثقافته

✓ للصورة الذهنية دور كبير في تكوين الرأي العام وذلك لأنها تشكل البنيات الأساسية للرأي العام باعتبارها تأثيراً في آراء الناس ومواقفهم.¹

ومن هنا تعتبر أهمية الصورة الذهنية للمؤسسات عاملاً مهماً في نجاح المؤسسة في ظل تنافس المؤسسات على جذب الجماهير المستهدفة وكسب ثقتهم حيث لا يمكن لأي مؤسسة أن تتنازل عن صورتها الذهنية لدى جمهورها والسعي لبناء سمعة طيبة لها فإن أهملت المؤسسة ذلك فيبني الجمهور انطباعه اتجاه المؤسسة على ما يسمعه من مصادر أخرى. وتتمثل أهمية الصورة الذهنية للمؤسسة فيما يلي:

- ✓ زيادة ثقة الجماهير المختلفة بالمؤسسة.
- ✓ جذب مصادر التمويل لدعم المؤسسة وزيادة تمويل برامجها.
- ✓ تساعد على استقطاب المهارات البشرية للتطوع في أنشطة المؤسسة.
- ✓ تولد الشعور بالثقة والانتماء للمؤسسة في نفوس العاملين.

¹ - بسام عبد الرحمن الجرادة: مرجع سابق، ص 317

✓ زيادة اهتمام قادة الرأي ووسائل الإعلام بالمؤسسة ودورها في خدمة المجتمع.¹
من هنا فالصورة الذهنية الإيجابية عن المؤسسة يجب أن تمثل مجالاً ليس من السهولة على المؤسسات المنافسة الأخرى محاكاته ومضاهاته بما أن المؤسسة التي تحدد مكانتها التنافسية في السوق، حيث تساعد الصورة الطيبة للمؤسسة على اجتذاب أعلى الكفاءات والمهارات المتميزة التي ربما تكون الرواتب العالية العاجزة عن استمالتها واجتذابها.²

¹- عبد الرزاق محمد الدليمي: العلاقات العامة رؤية معاصرة، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 86

²- ناجي معلا: إدارة علامات الشهرة، زمزم ناشرون وموزعون، ط1، الأردن، 2013، ص 213

المبحث السادس:**وسائل تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة:**

تسعى أي مؤسسة إلى بناء وتحسين صورة المؤسسة، إذ تقوم بأنشطة ترمي إلى إيجاد علاقة طيبة مع الجمهور من خلال الترويج لاسم المؤسسة، والتعريف بها وبأنشطتها وما تقدمه من منتوجات وذلك عن طريق استعمال وسائل الاتصال الجماهيرية وتدعيمها بوسائل شخصية، إضافة إلى الإعلانات والأعمال الخيرية وكذلك وسائل الاتصال الجمعي.

أولاً: وسائل الاتصال الجماهيرية:

تشمل الصحف، الراديو والتلفزيون.

أ. الصحف:

تؤمن المؤسسة بأهمية الرأي العام المساند لنجاحها، وهي تعلم أن اتجاهات الرأي العام تتشكل من الانطباعات التي تحصل بقراءة الصحف بوجه خاص، مثل السياسة العامة للمؤسسة وخدماتها وما إلى ذلك، وبها يقف الجمهور على مجريات الأمور.¹ وتضمن المؤسسة الحفاظ على الدوام باحترام الجمهور واحترام الصحافة ذاتها، هذا وتقوم الصحف بنشر شكاوي الجمهور سواء الداخلي أو الخارجي والتي تأخذها المؤسسة بعين الاعتبار بهدف تصحيح صورتها لدى الجمهور، وتوضيح الغموض إن وجد.

¹-على الباز: العلاقات العامة والرأي العام، ط1، دار الشعاع الفنية، الإسكندرية، 2002، ص90

ب. الراديو:

هو الوسيلة الإعلامية الأولى والتي استطاعت أن تصل إلى جمهورها في أي مكان، متخطية الحواجز الأمنية والجغرافية وحتى السياسية، كما أنه لا يحتاج إلى تفرغ تام بالاستماع إليه، وينصح الخبراء أن تكون البرامج الإعلامية المتخذة في المؤسسة في صورة حوار بين شخصين أو أكثر، لأن المستمع في هذه الحالة يدخل طرفاً في المناقشة ويتبعها بشغف واهتمام.¹

ج. التلفزيون:

تشير الدراسات التي أجراها "بلومر" إلى أن الوسائل السمعية البصرية كالأفلام الناطقة والتلفزيون تتميز بتأثير أقوى من الوسائل السمعية وكذلك الرسائل البصرية لأنها تجمع بين مزايا هذين الفرعين، وتتطلب من المشاهدين استخدام حاستي البصر والسمع مما يضيق التركيز واليقظة، ودرجة تذكر الفرد لها بما أن التلفزيون يحتوي على وسائل فنية توفر عناصر الجذب الانتباه.

ومن خلال برامج التلفزيون يمكن للمؤسسة أن تصل إلى جمهورها، ويمكن استخدام هذه البرامج بمنتهى النجاح، فعن طريق البرامج التلفزيونية التي تستضيف ممثلي المؤسسة الذين يقومون بتوضيح نشاطاتها والرد على تساؤلات المشاهدين مباشرة بما يتعلق بخدمات المؤسسة وكيفية الاستفادة منها، والحديث مع الجمهور من شأنه أن يوضح الصورة الغامضة، ومن ثم يمكن تصحيحها إذا كانت سلبية.²

¹ - محمد فريد الصحن: العلاقات العامة المبادئ والتطبيق، د ط، الدار الجامعية، مصر، 2004/2003، ص241.

² - عبد السلام أبو قحف: محاضرات في العلاقات العامة، ط1، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 2000، ص171.

ثانياً: وسائل الاتصال الشخصية في المؤسسة:

تعد من أكبر وسائل الاتصال فعالية، فالبرغم من أنها تؤثر في آرائهم وتغير اتجاهات السلوك لديهم، وبالتالي تزيد من فاعلية مهمة المؤسسة بالنسبة للرأي العام، فيستطيع هؤلاء أن يوضحوا للرأي العام تقبلهم واقتناعهم بنشاط المؤسسة ومن بينها.

أ. مكتب الاستقبال:

إن العاملين بمكتب الاستقبال هم أول من يتعامل معهم الجمهور في أي مؤسسة، ومن خلاله تتشكل الصورة الذهنية الأولية لها، لهذا تقع على عاتقه مسؤولية استقبال الجمهور بلباقة وليونة في المعاملة، وكذلك من الضروري الإنصات الجيد إليهم ومساعدتهم، وتوجيههم وكل هذا يساعد في انطباع جيد للمؤسسة.¹

ب. الزيارات:

وهي إحدى وسائل الاتصال الشخصي التي تستخدمها المؤسسة للاتصال بأفراد الجمهور الخارجي²، إذ تقوم باستقبال الزائرين الذين يأتون إلى المؤسسة، إذ يبدأ للتحضير لهذا الاستقبال لئلا من أهمية في ترك انطباع جيد لدى الزائرين.

ج. المناقشات المفتوحة:

تلجأ بعض المؤسسات إلى عقد اجتماعات دورية لجمهورها الداخلي وأحياناً تدعو المجتمع المحلي إلى اللقاءات مع قيادات المؤسسة، والهدف من هذه اللقاءات التعرف على آراء الجمهور واتجاهاته إزاء المؤسسة، وتصحيح المعلومات الخاطئة ومناقشة السياسات الجديدة.

¹ - على الباز: العلاقات العامة والرأي العام، ط1، دار الشعاع الفنية، الإسكندرية، 2002، ص101.

² - محمد منير حجاب، سحر محمد وهبي: المداخل الأساسية للعلاقات العامة، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1995، ص80.

د. الاتصال بقيادة الرأي:

يشير بعض الدارسين في مجال الإعلام إلى الدور البارز لقادة الرأي في الإقناع والتأثير على تابعيهم، أو من يسترشدون بأرائهم، وكثيرا ما يكون قائد الرأي هو المصدر الأساسي للمعلومات عن بعض الأفراد الذين لا تسمح لهم ظروفهم أو استعداداتهم بالتعرض المباشر لوسائل الإعلام، ومن هنا يصبح من واجبات المؤسسة عادة إمدادهم بالمعلومات الكافية عن المؤسسة.¹

ثالثا: وسائل الاتصال الجمعي:

تشمل مجلة المؤسسة، الكتيبات، المعارض، وغيرها من الوسائل، نذكر منها:

أ. مجلة المؤسسة:

وتسمى أيضا "جريدة المؤسسة" هدفها اتصالي ليس تجاري، حيث توجد في أمريكا مثلا 37000 دورية من هذا القبيل، وتهتم المؤسسات بهذه المجالات كونها تعبر عن شخصية المؤسسة، وتعرض أهدافها وسياستها، وتؤثر أيضا في جماهيرها، وتوضح المواقف والقرارات أثناء الأزمات والاضطرابات، ومن جهة أخرى تحرص هذه المجلة على رفع الروح المعنوية لدى العاملين، وإبراز النواحي الإنسانية التي تتعلق بالأمن والاستقرار الوظيفي والعدالة والمكافآت وتقدير قيمة العمل.²

ج. المعارض:

تستعمل المؤسسة المعارض للاتصال بالجماهير المختلفة لما لها من أهمية في التعريف بإنتاج المؤسسة، وأنشطتها وإعلام الجماهير بدور المؤسسة الاجتماعي والخدمات التي تؤديها في هذا المجال، وذلك يتطلب اعداد بعض المطبوعات أو الوسائل السمعية البصرية،

¹ - على عجوة، كريمان فريد: إدارة العلاقات العامة بين الاستراتيجية وإدارة الازمات، ط 2، عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص 103

² - على عجوة، كريمان فريد: مرجع سابق، ص 246

أو الملصقات للتوجيه والتوضيح والإقناع، فبالعرض تبقى صورة المؤسسة حسنة وراسخة في الأذهان ويعبر عنها بالاتصالات وإبرام العقود واللقاءات، وبهذا تكتسب المؤسسة متعاملين جدد.

د. الأعمال الخيرية والرعاية:

تعتبر الأعمال الخيرية والرعاية من أهم الوسائل التي تستعملها المؤسسة من أجل تدعيم أهدافها وتحسين صورتها، فالهدف الرئيسي منها هو كسب المؤسسة لصفة المواطنة من خلال دعمها الحر والوجداني لبعض المؤسسات الثقافية والخيرية، ومن ثم تدعيم دورها الاجتماعي، وظهورها بمظهر المواطن الصالح وتتحقق بهذا المنفعة والمصلحة العامة وبالتأكيد كسب وتأييد الرأي العام.¹

¹ - على عجوة، كريمان فريد: مرجع سابق، ص178

خلاصة الفصل:

من خلال ما تطرقنا إليه في هذا الفصل، نستخلص بأن صورة المؤسسة كما يراها الجمهور لها أهمية في تحقيق أهدافها، لذلك ينبغي للمؤسسة معرفة الانطباع أو الصورة التي يحملها عنها هذا الجمهور، ومن ثمة تعمل على تحسينها من خلال تغيير ما يحتاج إلى تغيير وتعديل ما يحتاج إلى التعديل، وتحسين صورة المؤسسة وترقيتها.

الفصل الرابع: الجمهور الداخلي للمؤسسة

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم الجمهور الداخلي

المبحث الثاني: أنواع الجمهور الداخلي

المبحث الثالث: صفات الجمهور الداخلي

المبحث الرابع: أهمية وأهداف الاتصال بالجمهور الداخلي

المبحث الخامس: نظم الاصال بالجمهور الداخلي

الخلاصة

تمهيد:

من المعروف أن لكل مؤسسة جمهورها الخاص، وذلك حسب طبيعة عملها وحجم معاملاتها وأهدافها وكلما كانت اتصالات بالجمهور قوية، كلما زادت إمكانية التأثير عليه وتوجيهه حسب الهدف المراد الوصول إليه.

وفي هذا السياق سيتم التعرض في هذا الفصل إلى مفهوم الجمهور الداخلي، وأنواع الجمهور الداخلي، وكذا التطرق إلى أهم صفات الجمهور الداخلي، وأهميته وأهدافه، وفي الأخير التطرق إلى نظم الاتصال بالجمهور الداخلي.

المبحث الأول:

مفهوم الجمهور الداخلي للمؤسسة:

أولا نقوم بتقديم تعريف للجمهور:

التعريف اللغوي:

الجمهور هو الرمل الكثير المتراكم الواسع كما جاء في لسان العرب: وقال الاصمعي: هي الرملة المشرفة على ما حولها مجتمعة

التعريف الاصطلاحي:

هناك عدة محاولات للباحثين في إعطاء مفهوم للجمهور فمنهم من يربطه بذلك التجمع لأعضاء وشعورهم بالوحدة إذ تربطهم مصلحة مشتركة واهتمام واحد ومنهم يربطهم بالقاعدة الثقافية المشتركة أو المنطقة الجغرافية المشتركة وهناك من تجمعهم ويربط أعضاء الجمهور بوسيلة إعلامية معنية، أما المتخصصين في العلاقات العامة فيربطونه بالجماعة من الناس التي تقع في محيط نشاط المؤسسة أو التنظيم تؤثر فيه وتتأثر به مع الإشارة أن هناك مصلحة مشتركة بين هؤلاء.

أما الجمهور الداخلي ويتكون من كافة العاملين في المؤسسة على اختلاف مستوياتهم الإدارية والتقنية وتسعى العلاقات العامة من خلال هذا الجمهور الداخلي إلى تحقيق الاستقرار له وأن تجعله يشعر بالانتماء إلى مؤسسته.¹

¹ - شرفي شهره، جبار جهاد: دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي للجمهور الداخلي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، 2014/2015، ص10

المبحث الثاني:

أنواع الجمهور الداخلي:

أ- أنواع الجمهور حسب التمرکز:

❖ المؤسسون:

هم أصحاب فكرة إنشاء المؤسسة الذين يتحملون المخاطر التي قد تواجه عملية التأسيس، وتقع عليهم المسؤولية الأولى والأساسية في عملية بناء المؤسسة.

❖ المساهمون:

هم أصحاب المؤسسة والمالكون لها وهم الذين يقومون بانتخاب أعضاء مجلس الإدارة الذين يتولون إدارة المؤسسة ومتابعة أعمالها.

❖ العاملون:

هم الموظفون الذين يعملون داخل المؤسسة، وتختلف مهامهم الإدارية والوظيفية من فرد لآخر هو الأساس المهم الذي ترتكز عليه المؤسسة، فالعاملون هم جماعة من الأفراد تربطهم مصالح مشتركة وارتباطات محددة ويستطيعون التفكير والعمل في مجال معين وحولة مسألة معينة.¹

أنواع الجمهور حسب الخصائص:

- **الجمهور المثقف:** يتميز الجمهور المثقف بالاطلاع الواسع، وبأنه يعرف بعض الشيء من كل شيء فضلا عن قدرتهم المتميزة في الحوار والجدل حسب معرفتهم وإلمامهم وخبرتهم الواسعة في العلم والحياة ويتطلب هذا الأمر في هذا المجال أن يتم استخدام وسائل تناسب هذا الجمهور من حيث الاتصال وقوة الحجة.

¹ - فهمي محمد العدوي: مشاهدة في العلاقات العامة، ط1، دار أسامة، عمان، 2011، ص112

- **الجمهور العنيد:** هو الجمهور الذي يرفض في أغلب الأحيان كل ما يعرض عليه بغض النظر عن القنوات التي يحملها حول الموضوع الذي يعرض ويغلب هذا الجمهور التمسك بمواقفه وقد يكون مشبعا بالأفكار المضادة مما يتطلب الدقة عند الاتصال به
- **الجمهور الذواق:** هو الجمهور بالإحساس المرهف المتجاوب الذي يحترم وجهات النظر التي تعرض عليه، له القدرة على إدراك المعاني وتحليلها من خلال النصوص التي تعرض عليه وتسود هذا الجمهور السمات المشتركة الثقافة العالية والذكاء المتميز والتعليم الراقى.
- **الجمهور الجاهل:** الجمهور الذي يمتلك المؤهلات المعرفية اللازمة لبنائه الفكري، ويتطلب التعامل مع هذا النوع قدرا مهما من الصبر والإثارة والحذف في اختيار أنواع الاتصال وكيفية التعامل معه.¹

¹ - طارق شريف يونس: إدارة العلاقات العامة- مفاهيم رميد، ط1، دار إثراء، الأردن، 2008، ص234.

المبحث الثالث:

صفات الجمهور الداخلي:

- الجماهير تتأثر بالإيحاء، فالإنسان في الجماعة يتأثر تفكيره باتجاهات الجماعة فيجد نفسه منساقا في وسط التفكير الجمعي مندمجا في الجماعة ويقوم بسلوك لا يقوم به إذا كان بمفرده
- الجماهير متقلبة في مفاهيمها وحركاتها، فهي تتدفع بسهولة نحو الرضا وتساق بسرعة نحو الغضب، يمكن استغلال هذه الصفة في المؤسسة من أجل تحقيق أهدافها عن طريق إثارة عواطف الموظفين.
- تميل الجماهير الداخلية إلى المبالغة سواء كان الموضوع مبهجا أو سيئا، فالإنسان في الجماعات لا يقدر العواقب لمشاركته مع الآخرين في المسؤولية ومع ذلك فإن الجماهير إذا أحسن توجيهها فإنها تتجه اتجاها نافعا لذلك تستفيد المؤسسة من هذه الخاصية بتنظيم القيادات والتوجيه السليم.
- من الصعب على الجماهير التسامح في عاداتها وتقاليدها لذلك لا ينبغي أن يصطدم الشخص الذي يتعامل معها بمعتقداتها ومواصفاتها الاجتماعية حتى لا تفشل في معاملتهم.
- تميل الجماهير الداخلية إلى حب الاستطلاع إلى كل ما هو جديد ولا سيما إذا كان يتعرض مع قيمهم الاجتماعية.¹

¹: محمد مصطفى أحمد: الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، ط1، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2003، ص192.

المبحث الرابع:

أهمية وأهداف الجمهور الداخلي:

❖ أهمية الاتصال بالجمهور الداخلي:

تهدف كل مؤسسة إلى كسب ثقة الجماهير بالمؤسسة وبأهدافها وبإنجازاتها، ومن المهم أن هذه الثقة يجب أ، تتوافر أولاً في عمال المؤسسة، فليس من المعقول أن نسعى إلى كسب ثقة وتأييد الجماهير الخارجية في الوقت الذي يفقد عمال المؤسسة ثقتهم بها، ولا شك أن كل مؤسسة تأمل وتتطلع أن تتصل بالجماهير فرداً فرداً للتعرف بدقة على آرائهم ورغباتهم بهدف توصيل الحقيقة إلى الجماهير وتحقيق التفاهم والإقناع، لذلك يعتبر الاتصال بالجمهور الداخلي من أهم الأمور التي تركز عليها المؤسسة حيث يترتب على كل مؤسسة تعزيز طرق الاتصال بالعاملين من خلال اللقاءات والاجتماعات والمقابلات لشرح وتبيان أهداف المؤسسة، كما تقوم من خلال هذا الاتصال بتحديد ودراسة البنية الداخلية لمعرفة ما يواجه الأفراد والأقسام من خلال المناقشات وطرح الأفكار والآراء ونقلها للإدارة العليا والعمل على إيجاد الحلول المناسبة لها.¹

تتمثل أهمية الاتصال بالجمهور الداخلي في الحاجة إلى إعلام وإرشاد العمال والموظفين من وقت لآخر بالأهداف الجديدة التي تعمل من أجلها المؤسسة والفلسفة التي تسير عليها. كما أن الاتصال بالجمهور الداخلي يجعل الموظفين على دراية بالحقائق حتى تكون تصرفاته معقولة وأقرب إلى الواقع في مناقشة شروط العمل، كما أن الارتباط الوثيق والقوي بين كمية المعلومات التي لدى الفرد عن الشركة ودرجة اهتمامه بها وشعوره بالفخر للعمل فيها.

¹ - موسى الوزى: أسس العلاقات العامة-المقاس الأس، ط1، زمزم ناشرون وموزعون، الأردن، 2010، ص 96.

❖ أهداف الاتصال بالجمهور الداخلي:

- رفع الوعي بين القوى العاملة بأهمية الدور الذي تلعبه في التقدم الاقتصادي حتى تشعرهم ببعض المسؤوليات اتجاه المجتمع.
- إقناع كل من العمال والإدارة أن مصالحهما مشتركة وأن تعاونهم سيؤدي إلى زيادة الأرباح وارتفاع الأجور.
- رفع معنويات الأفراد الذين يعملون بالمؤسسة.
- جذب الموظفين ذوي الخبرات الممتازة للعمل في المؤسسة ذلك، لأن سمعة المؤسسة في معاملاتها لموظفيها وعمالها.¹

¹- زياد محمد الشрман، عبد الغفور عبد السلام: مبادئ العلاقات العامة، ط1، دار المقام، عمان، 2002، ص106.

المبحث الخامس:

نظم الاتصال بالجمهور الداخلي:

هناك عدة طرق يمكن للمؤسسة استخدامها للاتصال بأفراد الجمهور الداخلي، وذلك عن طريق مقابلتهم بأنديتهم أو بنقاباتهم أو بإنشاء جمعيات للرحلات والحملات وغيرها، ومن الطبيعي أن لكل وسيلة من الوسائل مزايا وعيوب على المؤسسة استخدامها بأحسن الظروف.

هناك عدة أنظمة للاتصال بالجمهور الداخلي، يمكن حصرها فيما يلي:

- ✓ نظام الباب المفتوح، وهو إتاحة الفرصة لمقابلة المسؤولين والإدلاء بأرائهم.
- ✓ نظام الاقتراحات، وذلك عن طريق السماح للموظفين بتقديم اقتراحات تخص المؤسسة أو الأمور التي تشغلهم.
- ✓ نظام مشاركة العمال، وهو نظام يعتمد على معرفة رغبات الجمهور والعوامل التي يتكون فيها وهي مشاركتهم للإدارة في وضع السياسات والقرارات المختلفة والمتعلقة بالعلاقات بين الموظفين.
- ✓ الاتصال المباشر بالرؤساء والمشرفين يتيح لهم فرص عديدة لمناقشة الأفراد في كافة المواضيع.¹

1 : زياد محمد الشрман، عبد الغفور عبد السلام، نفس المرجع، ص107.

خلاصة الفصل:

نستخلص أن الجمهور الداخلي هو حجر الزاوية لأي مؤسسة أو منظمة لذلك فمن الضروري أن تهتم الاتصال به، وذلك من أجل اطلاع العاملين بالمؤسسة او المنظمة كيف تفكر الإدارة من جهة، وجعل الإدارة تعريف ما يريده العاملين.

الإطار التطبيقي

تمهيد:

بعد دراستنا للجانب النظري الذي تناول الرصيد المعرفي الخاص بموضوع البحث، انتقلنا إلى الجانب التطبيقي وذلك لتأكد من العناصر النظرية وإعطاء جانباً إحصائياً إلى تحويل المعطيات الكيفية إلى الكمية وهذا ما سنتطرق إليه في هذا الجانب.

1- بطاقة فنية عن مديرية السكن لولاية تيزي وزو:

تعد مديرية السكن من بين المؤسسات الخدماتية، فهي تابعة من مديرية السكن والمرافق العامة (DLEP) وكانت نشأتها بموجب القرار التنفيذي رقم 2013/13 المؤرخ في 15 جانفي 2013، من خلال وضع قواعد التنظيم وتشغيل الخدمات الخارجية لوزارة السكن والعمران والمدينة.

تحتوي مديرية السكن على 4 مصالح وفق المرسوم التنفيذي 13-13، يتم تنظيم كل مصلحة في مكاتب.

مهامها:

- يكن مهام مديرية السكن في تنفيذ سياسة السكن على المستوى المحلي، فهي مسؤولة عن:
- اقتراح برامج سكنية التي تبادر بها الدولة والمجتمعات المحلية ومتابعة تقدمها بالتنسيق مع السلطات والمنظمات المحلية المعنية.
- المشاركة في مراقبة الجودة التقنية لإنجازات القطاع وتنسيق الإجراءات لتطوير البرامج العقارية.
- متابعة ومراقبة النشاط العقاري الذي يقوم به المقاولون والشركات العقارية.
- ضمان تنفيذ ومراقبة المساعدات العمومية وضمان مراقبة الإنجازات ذات صلة.
- رصد و تقييم إنجازات برامج السكن.¹

1- Aimeur Hassina: **traiter tous les segments relatifs au logement(cas Direction de logement de la wilaya de tizi ousou)**, mémoire de fin de stage en vue de l'obtention du diplôme de technicien supérieur, institut national spécialisé de formation professionnelle, Djebba Ouaguenoun, 2015/2016, p9

عرض مهام كل مصلحة:

- 1- **مصلحة السكن العمومي الإيجاري:** هذه المصلحة مسؤولة عن المهام التالية:
 - التقييم المستمر لظروف السكن ووضع توقعات للاحتياجات بموجب الشروط المختلفة.
 - تنفيذ البرامج المخططة من حيث التوزيع ومتابعة الإنجازات وفقا لأنظمة المعمول بها
 - تحديد التوصيات والمبادئ التوجيهية الأخرى لتصميم سكنات تتكيف مع الخصائص المحلية.

2- مصلحة السكن الريفي وإعادة تأهيل المباني:

هذه المصلحة مسؤولة عن المهام التالية:

- متابعة عمليات المساعدات العمومية للسكن
- متابعة عملية الإسكان الريفي التي بادرت بها السلطات العمومية
- تشجيع السكان في المناطق الريفية
- إعادة تأهيل المباني

3- مصلحة التطوير العقاري ومساعدة حالة الأعباء:

- اقتراح إجراءات تنموية من حيث التطوير حسب الظروف الاجتماعية والاقتصادية للولاية.
- اتخاذ جميع التدابير، بالاشتراك مع الهياكل المعنية والمجتمعات المحلية لتعبئة الأراضي القابلة للتوسع العمراني وتنميتها وتوفيرها لمطوري العقارات.¹

1- Aimeur Hassina: **traiter tous les segments relatifs au logement(cas Direction de logement de la wilaya de tizi ousou)**, identique a la référence précédente, p11

4- مصلحة الإدارة الموارد:

تتولى إدارة الموارد البشرية في تسيير الإجراءات التي تهدف ضمان تطبيق اللوائح بشكل عام، ومراقبة وتسوية المنازعات في إطار أنشطة القطاع فيما يتعلق بالهيكل المعنية وتقييم النتائج بشكل دوري.

تتكون مصلحة الإدارة والموارد من المكاتب التالية:

- مكتب إدارة الموظفين

- مكتب الميزانية والمحاسبة والموارد العامة

- مكتب الشؤون القانونية والتقاضي

- مكتب العقود العامة

- مكتب تأهيل وتصنيف المؤسسات

- خلية الإعلام الآلي

✓ مكتب إدارة الموظفين:

- تسيير الموظفين الإداريين والتقنيين وفقا للوائح المعمول بها

- التأكد من وضع الموارد البشرية اللازمة من أجل تسيير الخدمات

✓ مكتب الميزانية والمحاسبة والموارد العامة:

- التحضير بالاشتراك مع المصالح الأخرى المعنية، ميزانية التسيير والتأكد من تنفيذها وفق

الشروط المتفق عليها

- ضمان تسيير موارد الإدارة¹

¹- Aimeur Hassina: **traiter tous les segments relatifs au logement(cas Direction de logement de la wilaya de tizi ousou)**, identique a la référence précédente, p12

✓ مكتب الشؤون القانونية والتقاضي:

- تنفيذ تدابير تهدف إلى ضمان تطبيق اللوائح بشكل عام
- معرفة ومراقبة وتسوية المنازعات في إطار أنشطة الإدارة، فيما يتعلق بالهيكل المعنية وتقييم النتائج بشكل دوري
- متابعة الشؤون القانونية المتعلقة بالنشاط وتنفيذ الإجراءات المتعلقة بها

✓ مكتب العقود العامة:

- تكوين ملفات القانونية المختلفة اللازمة لاستشارة الدراسات والأشغال، وكذلك اصدار رخصة البناء
- التأكد من تطبيق النصوص التشريعية والتنظيمية وخاصة تلك المتعلقة بالعقود العامة
- إعداد عقود الدراسة والتنفيذ بمجرد اعتماد العروض من قبل مصلحة المقاولات

✓ مكتب تأهيل وتصنيف المؤسسات:

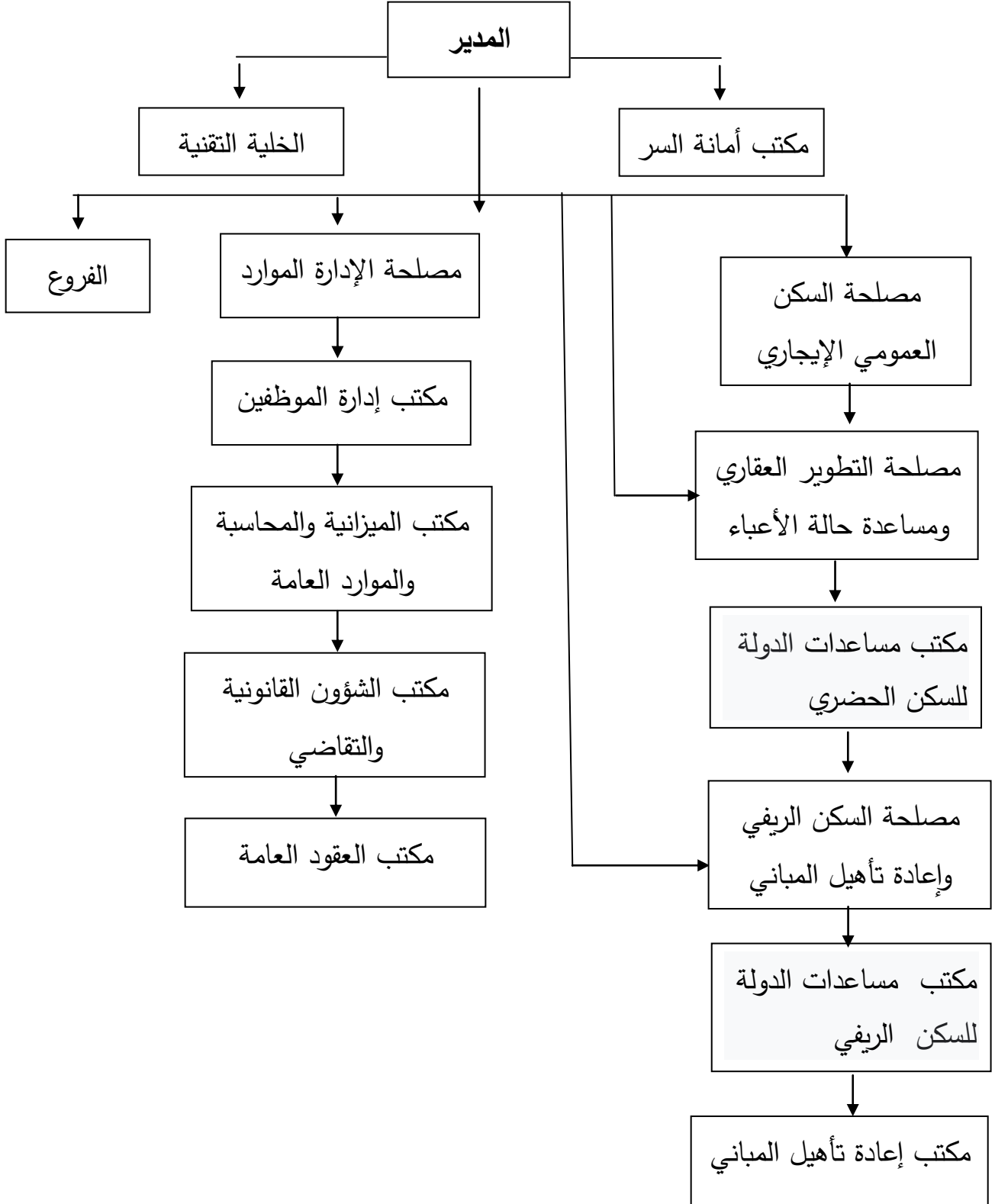
- دراسة ملفات طلبات شهادات التأهيل من الشركات
- المشاركة في اجتماعات لجنة تأهيل الشركات

✓ خلية الإعلام الآلي:

- تركيب وصيانة أجهزة الكمبيوتر الخاصة بالإدارة
- تطوير التطبيقات الخاصة بتسيير مختلف مصطلحات الإدارة
- صيانة الشبكة
- مساعدة الموظفين في استخدام أجهزة وبرامج الكمبيوتر¹

¹ – Aimeur Hassina,: **traiter tous les segments relatifs au logement(cas Direction de logement de la wilaya de tizi ousou)**, identique a la référence précédente, p13-15

الشكل رقم 4: الهيكل التنظيمي لمديرية السكن لولاية تيزي وزو

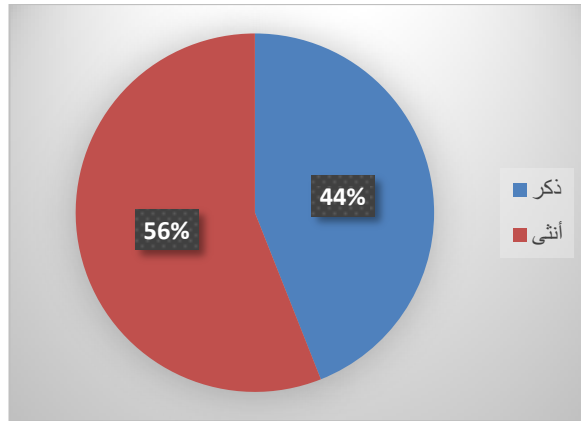


تفريغ البيانات وتحليلها من خلال الجداول البسيطة:

الجدول رقم(02): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
44%	22	ذكر
56%	28	أنثى
100%	50	المجموع

الشكل رقم5: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

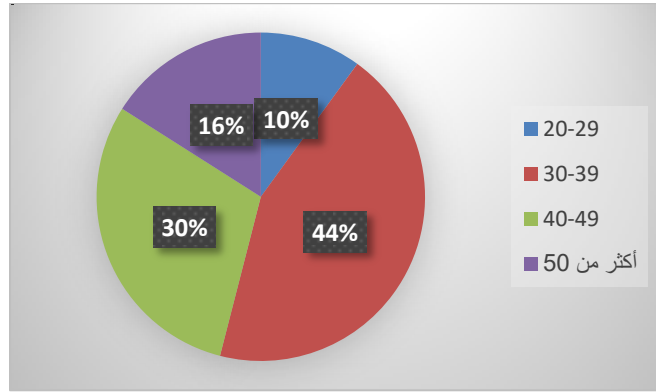


نلاحظ من خلال الجدول أن النسبة الغالبة لأفراد العينة هي نسبة الإناث التي تقدر ب 56% أما نسبة الذكور فتقدر ب 44%، و هذا راجع إلى طبيعة العمل داخل مديرية السكن حيث تفضل العنصر الانثوي التواجد داخل المكاتب عكس الذكور الذين يفضلون التواجد في الميدان أو ربما تكون صدفة في المديرية التي اخترنا دراستنا فيها.

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

النسبة المئوية	التكرارات	السن
10%	5	29-20
44%	22	39-30
30%	15	49-40
16%	8	أكثر من 50
100%	50	المجموع

الشكل رقم6: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن



يمثل الجدول أعلاه التوزيع العمري لأفراد العينة المدروسة، حيث وجدنا أن نسبة العمال الذين تتراوح أعمارهم ما بين 29-20 بلغت 10%، أما بالنسبة للعمال الذين تتراوح أعمارهم ما بين 39-30 بلغت 44%، أما العمال التي تتراوح أعمارهم ما بين 49-40 بلغت 30% وأخير العمال الذين تتراوح أعمارهم أكثر من 50 فقد وجدنا 16%

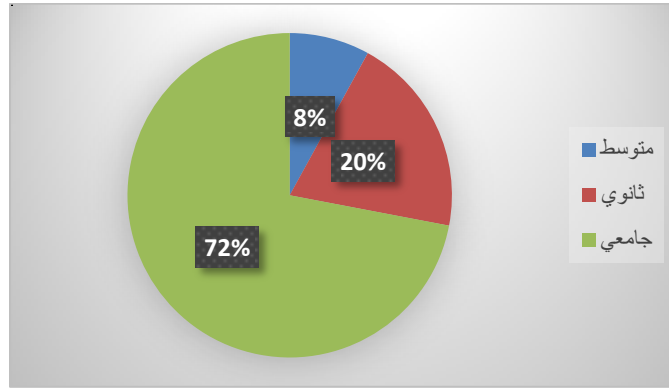
من خلال معطيات الجدول يتبين لنا أغلب العمال هم الكهول، وهم فئتان: الفئة الأولى يتراوح عمرها 39-30 والتي تمثل الأغلبية والفئة الثانية تتراوح عمرها ما بين 49-40 ويعتبر هذا العنصر عامل إيجابي داخل المديرية لأنهم يتمتعون بالنشاط والحركة وبالتالي يؤثرون بالإيجاب على مستوى الخدمة وهذا ما تحتاجه المؤسسة الخدمائية. أما الفئة الثالثة فهي يتراوح ما بين

50 على سن التقاعد وهم ذوو خبرة معتبرة يستفيد منها العمال من حيث التكوين ويؤثر ذلك إيجاباً على العمل وتحصيله. أما الفئة الأخيرة فهي فئة الشباب هم يمثلون نسبة قليلة وهم حديثي العهد بعالم الشغل ولكنهم ذوو نشاط وطاقة معتبرة.

الجدول رقم (04): يبين توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرارات	المستوى التعليمي
8%	4	متوسط
20%	10	ثانوي
72%	36	جامعي
100%	50	المجموع

الشكل رقم 7: يبين توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي



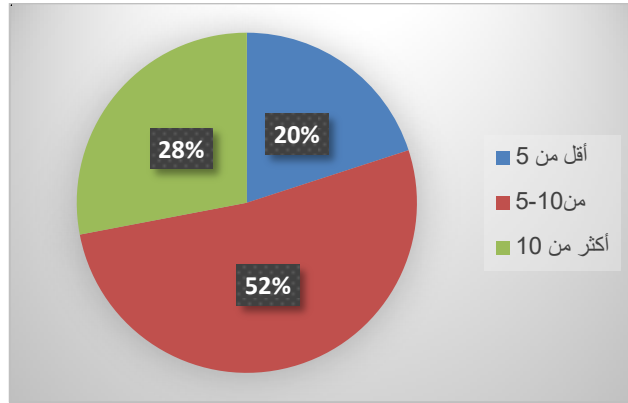
نلاحظ من خلال الجدول أن توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي يتم كالتالي: العمال المتحصلين على الشهادات الجامعية يمثلون 70% من النسبة الإجمالية لأفراد العينة وهذا راجع لطبيعة عمل مديرية السكن لولاية تيزي وزو الذي يتطلب وجود موظفين ذوي شهادات جامعية، أما النسبة و التي قدرت بنسبة 20% فتمثل نسبة الموظفين الذين يملكون المستوى الثانوي و هم فئة الموظفين القدامى الذين تعتمد المديرية على خبرتهم التي اكتسبوها

طوال مدة عملهم على مستواها، أما النسبة المتبقية 8% فهي تمثل المستوى المتوسط وهم موظفي لا تتطلب مستوى تعليمي كبير كأعوان أمن.

الجدول رقم(05): يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الخبرة

النسبة المئوية	التكرارات	الخبرة
20%	10	أقل من 5
52%	26	10-5
28%	14	أكثر من 10
100%	50	المجموع

الشكل رقم08: يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الخبرة



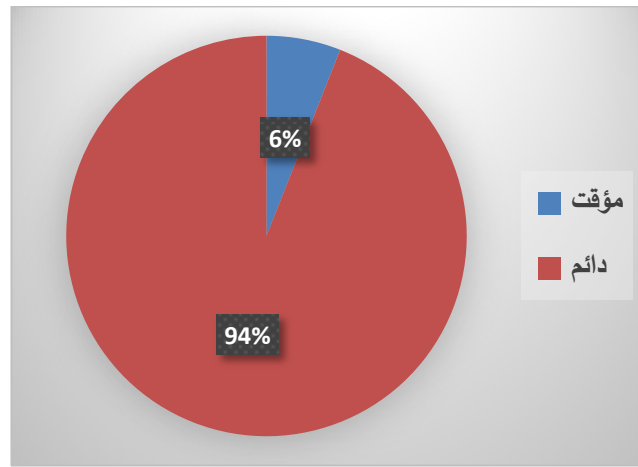
يتبين لنا من خلال الجدول أن النسبة الغالبة قدرت بنسبة 52% ما بين 5-10 سنوات وهم العمال الذين يبثون النشاط الحركة في المديرية، تليها نسبة 28% وتضم الموظفين ذوو خبرة معتبرة أكثر من 10 سنوات خبرة وهم العمال الذين تعتمد عليهم المديرية لكفاءتهم وخبرتهم وهم يحتلون مكانة خاصة داخل المديرية.

أقل نسبة فتعود لفئة الشباب وهم العمال حديثي العهد في عالم الشغل مما يستوجب عليهم المثابرة أكثر للإلمام بالقوانين التسييرية إضافة إلى الإطلاع على تقاليد التي تميزها، وهذا ما يجعل الاتصال الشخصي فعال.

الجدول رقم(06): يمثل توزيع المبحوثين حسب الصفة في العمل

الصفة	التكرارات	النسبة المئوية
مؤقت	3	6%
دائم	47	94%
المجموع	50	100%

الشكل رقم 09: يمثل توزيع المبحوثين حسب الصفة في العمل

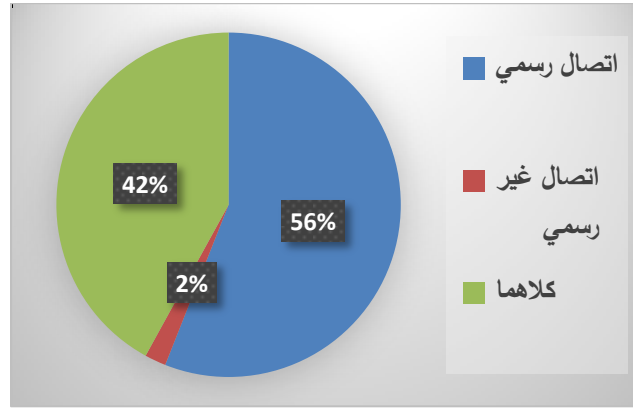


نلاحظ من خلال الجدول أن النسبة الغالبة هم الموظفون الدائمون وتقدر بنسبة 94% وهذا دليل الاستقرار أما النسبة القليلة هم الموظفون المؤقتون وتقدر بنسبة 6% وهم من فئة الجدد والذين يمكن أن يكون لهم الحظ في أن يصبحوا دائمين إما بعد شغور مناصب أو خلق مناصب جديدة.

الجدول رقم(07): يبين طبيعة الاتصال السائد داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو

العبارات	التكرارات	النسبة المئوية
اتصال رسمي	28	56%
اتصال غير رسمي	1	2%
كلاهما	21	42%
المجموع	50	100%

الشكل رقم 10: يبين طبيعة الاتصال السائد داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو

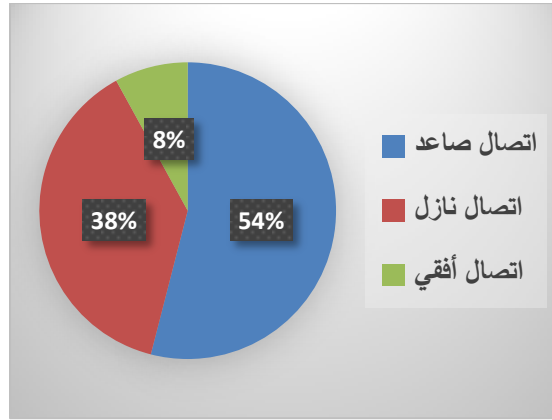


يمثل الجدول أعلاه طبيعة الاتصال السائد داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو، حيث يتبين من خلاله أن الاتصال السائد هو الاتصال الرسمي بنسبة تقدر ب 56% بينما تعود أصغر نسبة لاتصال الرسمي حيث قدرت ب 2% فقط، أما النسبة الباقية و المقدرة ب 42% فهي تقر حسب رأي الباحثين باعتماد المديرية لكلا النوعين الرسمي و غير الرسمي و هذا راجع إلى أن أغلبية الباحثين يرون أن الاتصال داخل المديرية يتم في إطار التنظيم، حيث أن هذا النوع من الاتصال تحدده المسؤوليات و العلاقات الوظيفية بينما الاتصال غير الرسمي داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو يقدر بنسبة ضئيلة و هذا راجع ربما لطبيعة العمل أو اختلاف المستويات الإدارية أو لطبيعة العامل في حد ذاته.

الجدول رقم(08): يبين مستوى الاتصال الغالب في مديرية السكن لولاية تيزي وزو

النسبة المئوية	التكرارات	العبارات
54%	27	اتصال صاعد
38%	19	اتصال نازل
8%	4	اتصال أفقي
100%	50	المجموع

الشكل رقم 11: يبين مستوى الاتصال الغالب في مديرية السكن لولاية تيزي وزو



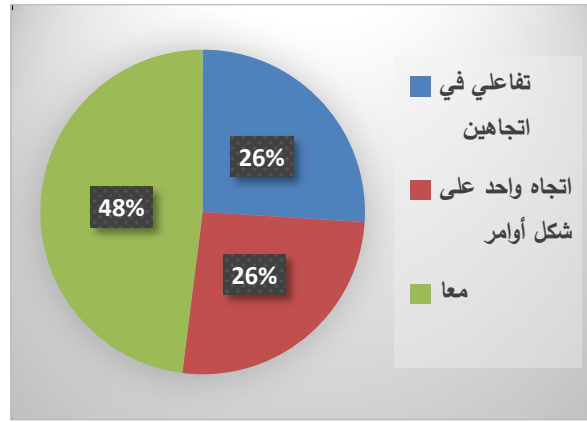
تمثل معطيات الجدول مستوى الاتصال الغالب داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو، تعود أعلى نسبة المستوى الاتصال الصاعد حيث قدرت بنسبة 54% وهذا راجع إلى أن مستوى الاتصال الغالب هو الاتصال الذي يكون اتجاهه من مستوى إداري أسفل إلى مستوى أعلى (اتصال صاعد) وذلك على شكل تقارير وشكاوي واقتراحات وهذا أيضا ما لاحظناه طيلة وجودنا بالمديرية، أما الاتصال النازل فقدرت بنسبة 38% وذلك من خلال تجسيد طرق الاتصال النازل داخل مديرية السكن في القرارات التي تصدر من أعلى المستويات على شكل أوامر و بلاغات.

أما الاتصال الأفقي فقد قدرت بنسبة 8% وذلك من خلال الاجتماعات وعلاقة الزمالة التي تنشأ من قبل الموظفين.

الجدول رقم(09): يبين نوع الاتصال السائد داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو

النسبة المئوية	التكرارات	العبارات
26%	13	تفاعلي في اتجاهين
26%	13	اتجاه واحد على شكل أوامر
48%	24	معا
100%	50	المجموع

الشكل رقم 12: يبين نوع الاتصال السائد داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو



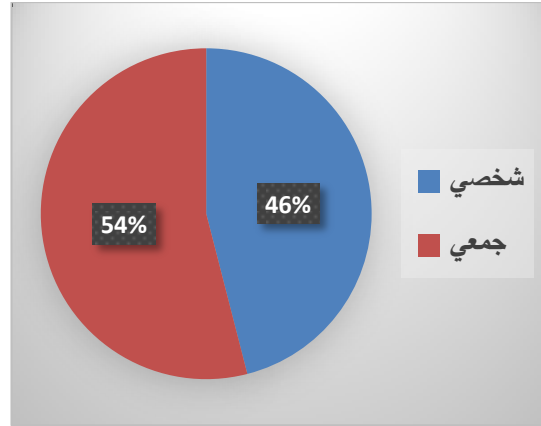
يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 48% من موظفي مديرية السكن لولاية تيزي وزو يرون بأن نوع الاتصال السائد داخل مديريتهم هو كلا النوعين (تفاعلي، وفي اتجاه واحد)، وهذا بطبيعة الحال راجع لطبيعة كل إدارة حيث نجد أن معظم المؤسسات تعتمد على النوعين من الاتصال، أي هناك قرارات لا يكون فيها رجوع صدى و مناقشة الآراء وهي التي تكون على شكل أوامر من الإدارة العليا وقرارات أخرى يكون فيها رجوع الصدى والتفاعل بين الموظفين كالتي تعقد على مستوى الاجتماعات.

كما نلاحظ في الجدول أنه توجد فئتان لهما نفس النسبة وتقدر بـ 26%، فالفئة الأولى ترى بأن نوع الاتصال السائد هو الاتصال في اتجاه واحد، وترى بأنه لا يتم مناقشة الأمور الإدارية وليس هناك تفاعل بين الموظفين، في حين ترى الفئة الثانية بأن الاتصال في مديريتهم "تفاعلي في اتجاهين"، وهذا راجع لوجود رجوع صدى وتبادل الآراء فيما بينهم خاصة في المواضيع الإدارية الهامة.

الجدول رقم (10) يبين أشكال الاتصال الغالبة داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو

النسبة المئوية	التكرارات	العبارات
46%	23	شخصي
54%	27	جمعي
100%	50	المجموع

الشكل رقم 13: يبين أشكال الاتصال الغالبة داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو



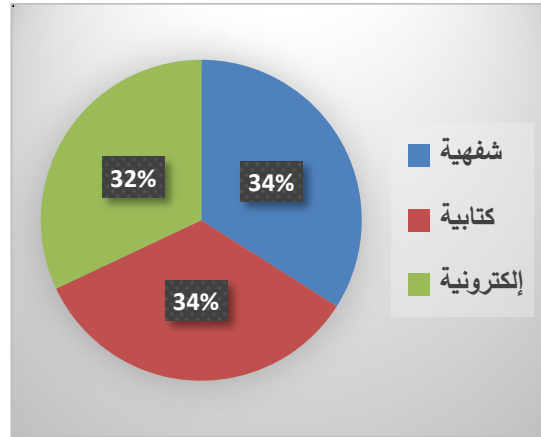
نلاحظ من خلال الجدول أن أعلى نسبة قدرت بـ 54% للاتصال الجمعي، وهو الاتصال الذي يتم عن طريق الاجتماعات حيث يتم فيها تبادل المعلومات والنقاشات والاقتراحات بين الموظفين.

بينما قدرت نسبة 46% للاتصال الشخصي حيث يتجسد الاتصال فيه عن طريق المقابلة المباشرة، ويتميز هذا النوع بالفاعلية حيث يكون فيه تفاعل مباشر بين المرسل والمستقبل مما يحقق الاستيعاب الجيد للقرارات والمعلومات.

الجدول رقم(11) يبين طرق الاتصال الأكثر استخداما داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو

النسبة المئوية	التكرارات	العبارات
34%	17	شفهية
34%	17	كتابية
32%	16	إلكترونية
100%	50	المجموع

الشكل رقم 14: يبين طرق الاتصال الأكثر استخداما داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو



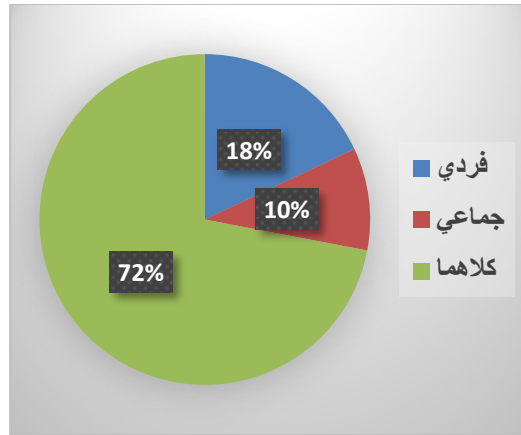
يتبين لنا من خلال الجدول أن أعلى نسبة قدرت ب 34% و هي التي تمثل الطريقتين الشفهية والكتابية، فالأولى (الشفهية) تمثل تلك الاتصالات التي تكون عن طريق المقابلة أو الاجتماعات والتي تساعد على نقل الرسائل وضمان وصولها إلى المستقبل، أما الثانية (الكتابية) تكون عن طريق التقارير و الملفات.

أما الطريقة الإلكترونية فقدرت بنسبة 32% حيث نجد أنها تستعمل نوعا ما على الاتصال الإلكتروني في تأدية خدماتها.

الجدول رقم(12): يبين نوع الاتصال الشخصي الذي يتم بين العاملين داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
18%	9	فردى
10%	5	جماعى
72%	36	كلاهما
100%	50	المجموع

الشكل رقم 15: يبين نوع الاتصال الشخصي الذي يتم بين العاملين داخل مديرية السكن



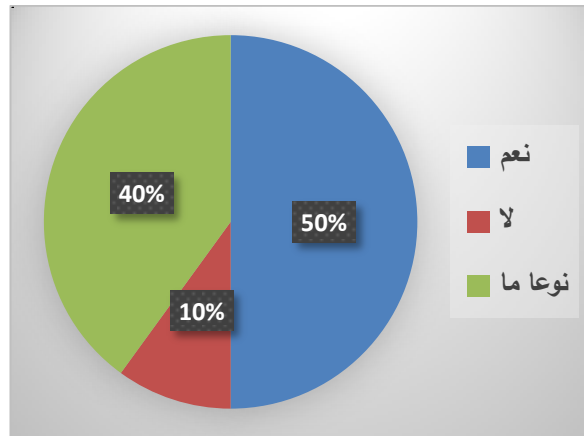
من خلال المعطيات الإحصائية يتبين لنا أن أعلى نسبة من المبحوثين والمقدرة بنسبة 72% يرون بأن نوع الاتصال الشخصي الذي يتم بين العاملين داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو هو الاتصال الفردي والاتصال الجماعى وأن طبيعة النشاط وطبيعة القرارات التي سيتم اتخاذها هي من تحدد نوع الاتصال الشخصي داخل المديرية، ففي الغالب يطغى الاتصال الفردي على الأنشطة الروتينية اليومية بين العاملين أثناء عملهم، بينما يكون

الاتصال الشخصي الجماعي أثناء الاجتماعات العادية لتوزيع المهام وتبليغ التعليمات المتعلقة بالأعمال اليومية. أما المبحوثين الذين يرون أن الاتصال الفردي هو النوع الذي يتم بين العاملين داخل المديرية فتقدر نسبتهم 18% حيث يقوم أحد الأطراف بتحويل أو نقل أفكار أو معلومات معينة عن طريق وسيلة اتصال محددة للطرف الآخر، كالاتصال بين الرئيس والمرؤوسين أو بين موظف وزميله، أما الفئة التي ترى أن الاتصال الجماعي هو النوع الذي يتم بين العاملين داخل المديرية فتقدر نسبتهم 10% حيث يعتبرون هذا النوع أكثر دقة، لأن المعلومات فيه تتناقش من قبل الموظفين، أي يؤدي إلى وجود تغذية عكسية.

الجدول رقم (13) يبين مدى اعتبار الاتصال الشخصي عامل رئيسي داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو.

النسبة المئوية	التكرارات	العبارات
50%	25	نعم
10%	5	لا
40%	20	نوعا ما
100%	50	المجموع

الشكل رقم 16: يبين مدى اعتبار الاتصال الشخصي عامل رئيسي داخل مديرية السكن

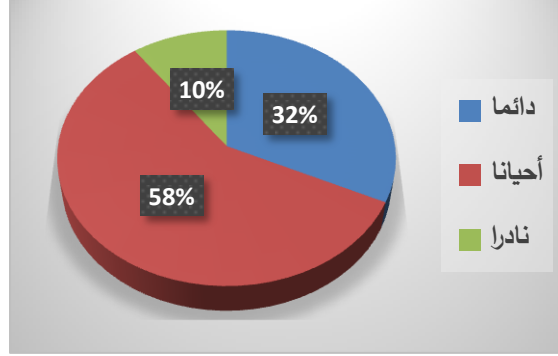


نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة أفراد العينة التي ترى بأن الاتصال الشخصي يمثل عامل رئيس داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو تقدر نسبتهم 50% ، حيث يعتبرون الاتصال الشخصي له دور داخل المؤسسات من خلال تزويد العاملون بمختلف اللوائح والقرارات والأوامر والتوجيهات والتفسيرات والنماذج والإرشادات والصلاحيات الخاصة وتحقيق الفهم المتبادل بينهم للمعلومات مما يمكنهم من إنجاز أعمالهم بدقة وكفاءة عالية، أما أفراد العينة الذين يعتبرون نوعا ما الاتصال الشخصي عامل رئيسي داخل مديرية السكن تقدر نسبتهم 40% حيث يرون بأن ليس فقط الاتصال الشخصي الذي يعتبر عامل رئيسي بل هناك عوامل رئيسية أخرى داخل المديرية تساهم في التزويد العمال بالمعلومات والتوجيهات والتفسيرات. أما أفراد العينة الذين لا يرون بأن الاتصال الشخصي عامل رئيسي داخل المديرية فتقدر نسبتهم 10% وهي نسبة ضئيلة مقارنة بسابقته

الجدول رقم (14) يبين ما إذا تتم المقابلات بين العاملين ذات طابع مهني

النسبة المئوية	التكرارات	العبارات
32%	16	دائما
58%	29	أحيانا
10%	5	نادرا
100%	50	المجموع

الشكل رقم 17: يبين ما إذا تتم المقابلات بين العاملين ذات طابع مهني



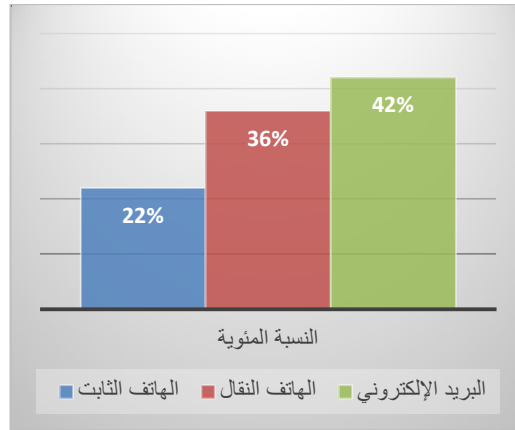
حسب معطيات الجدول أعلاه فإن أعلى نسبة تقدر ب 58% وهم أفراد العينة الذين يرون بأن المقابلات تتم أحيانا ذات طابع مهني وهذا من خلال استعمال المقابلات بين العاملين في المستوى الإداري الواحد، والتي تهدف عادة على التعاون في أداء المهام المكلفين بها والقيام بتنسيق الجهود المبذولة فيما بينهم. أما الفئة التي ترى بأن المقابلات تتم بين العاملين بذات طابع مهني فتقدر نسبتهم ب 32% وهذا من أجل تقييم أدائهم على سبيل تغييرات في السلم الوظيفي عن طريق الترقيات إلى مناصب أعلى.

أما النسبة الضئيلة تعود للفئة التي ترى بأن المقابلات نادرا ما تتم بطابع ذات مهني والتي تقدر بنسبة 10% وهذه الفئة ترى بأن المقابلات تتم من أجل التحقق من إمكانيات الشخص المتقدم للوظيفة.

الجدول رقم (15) يمثل وسائل الاتصال الشخصي الأكثر استخداما من طرف الموظفين في مديرية السكن لولاية تيزي وزو

النسبة المئوية	التكرارات	العبارات
22%	11	الهاتف الثابت
36%	18	الهاتف النقال
42%	21	البريد الإلكتروني
100%	50	المجموع

الشكل رقم 18: يمثل وسائل الاتصال الشخصي الأكثر استخداما من طرف الموظفين في مديرية السكن



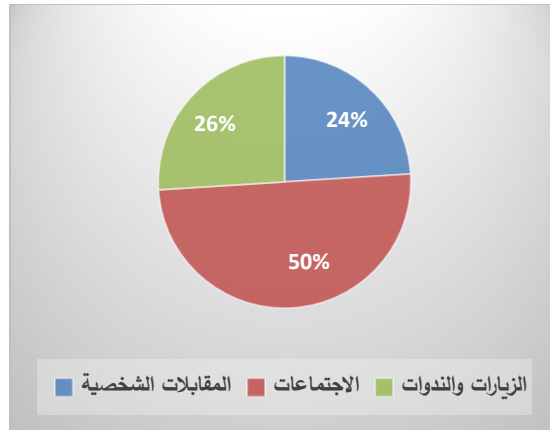
يتبين لنا من خلال الجدول أن أعلى نسبة قدرت ب 42% وهي استعمال البريد الإلكتروني كوسيلة الاتصال الشخصي الأكثر استخداما من طرف الموظفين في مديرية السكن لولاية تيزي وزو، وهذا من أجل استلام الرسائل فوراً وإمكانية الاحتفاظ بالرسائل والملفات تلقائياً لوقت طويل جداً. أما الهاتف النقال فتقدر نسبته ب 36% كوسيلة الاتصال الشخصي الأكثر استخداما في المديرية، حيث يتيح للموظف الحصول على المعلومة بسرعة على المعلومة. أما الهاتف الثابت فتقدر بنسبة 22% كوسيلة اتصال شخصي الأكثر استخداما من طرف

الموظفين داخل المديرية، وعادة ما يستعمل الهاتف الثابت من أجل التواصل مع مختلف المصالح الإدارية داخل المديرية.

الجدول رقم (16) يمثل أشكال الاتصال الشخصي الأكثر استخداما داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو

النسبة المئوية	التكرارات	العبارات
24%	12	المقابلات الشخصية
50%	25	الاجتماعات
26%	13	الزيارات والندوات
100%	50	المجموع

الشكل رقم 19: يمثل أشكال الاتصال الشخصي الأكثر استخداما داخل مديرية السكن



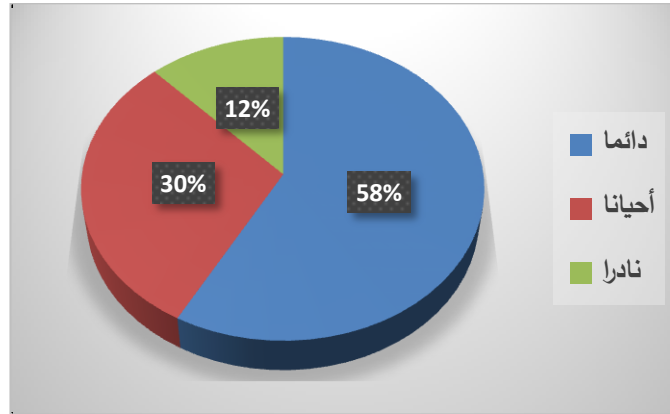
من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن أعلى نسبة في أشكال الاتصال الشخصي الأكثر استخداما تقدر بـ 50% وهي الاجتماعات، فمن خلال الاجتماعات مع فرق العمل داخل المديرية يتم استطلاع الآراء والاقتراحات، وصياغة الخطط والاستراتيجيات. أما الزيارات والندوات فتقدر بـ 26% فمن خلال الزيارات والندوات يتم توثيق الروابط بين المديرية

وجمهورها الداخلي ولخارجي. أما المقابلات الشخصية فنقدر نسبته 24% وهي إحدى الوسائل المهمة التي تستعملها المديرية سواء في التوظيف أو لتحقيق غرض محدد.

الجدول رقم (17) يبين سهولة اتصال الموظفين بالمدير

النسبة المئوية	التكرارات	العبارات
58%	29	دائما
30%	15	أحيانا
12%	6	نادرا
100%	50	المجموع

الشكل رقم 20: يبين سهولة اتصال الموظفين بالمدير



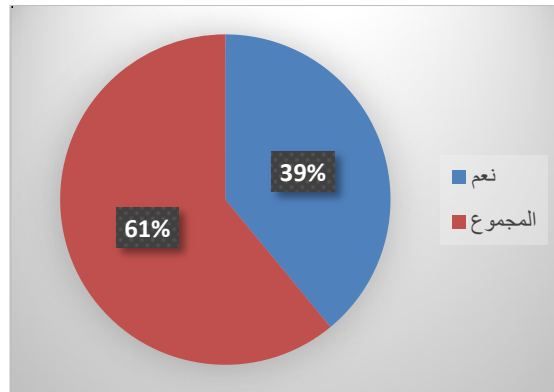
نلاحظ أن نسبة 58% من المبحوثين يرون أن هناك سهولة في الاتصال بالمدير وهذا راجع لعدم وجود حواجز تمنع الاتصال بالمدير داخل المديرية، كما أن سياسة المديرية الاتصالية تسمح النقاش أمام الموظفين عن طريق الاجتماعات وتخصيص أوقات معينة لاتصال بالمبحوثين. كما قدرت نسبة 30% للموظفين الذين يرون أنه أحيانا ما يجدون سهولة في الاتصال بالمدير ونسبة 12% ممن يرون أنه نادرا ما يجدون سهولة في الاتصال به، وهذا

راجع ربما لبعض الحواجز التي تصادفهم والتي لها علاقة بالعوائق الاتصالية التي تقف دون فاعلية الاتصال الشخصي.

الجدول رقم (18) يبين مدى اهتمام مديرية السكن لولاية تيزي وزو بالاتصال الشخصي

النسبة المئوية	التكرارات	العبارات
64%	32	نعم
36%	18	لا
100%	50	المجموع

الشكل رقم 21: يبين مدى اهتمام مديرية السكن لولاية تيزي وزو بالاتصال الشخصي

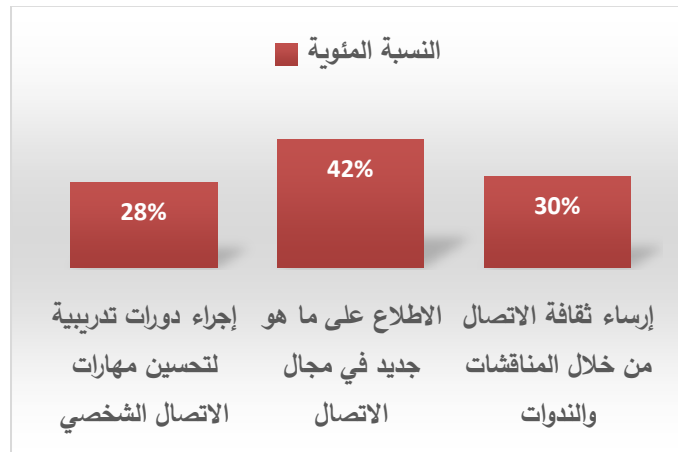


نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة أفراد العينة الذين أجابوا ب"نعم" قدرت نسبتهم 64%، وهذا راجع لطبيعة العمل داخل مديرية السكن التي تهدف إلى تفعيل العملية الاتصالية لكونها العامل الأساسي لتحقيق أهداف المديرية. أما نسبة الأفراد الذين أجابوا ب"لا" قدرت نسبتهم 36% حيث يرون بأن المديرية لا تهتم بالاتصال الشخصي.

الجدول رقم (19) يبين كيفية اهتمام مديرية السكن لولاية تيزي وزو بالاتصال الشخصي

النسبة المئوية	التكرارات	العبارات
28%	14	إجراء دورات تدريبية لتحسين مهارات الاتصال الشخصي
42%	21	الاطلاع على ما هو جديد في مجال الاتصال
30%	15	إرساء ثقافة الاتصال من خلال المناقشات والندوات
100%	50	المجموع

الشكل رقم 22: يبين كيفية اهتمام مديرية السكن لولاية تيزي وزو بالاتصال الشخصي

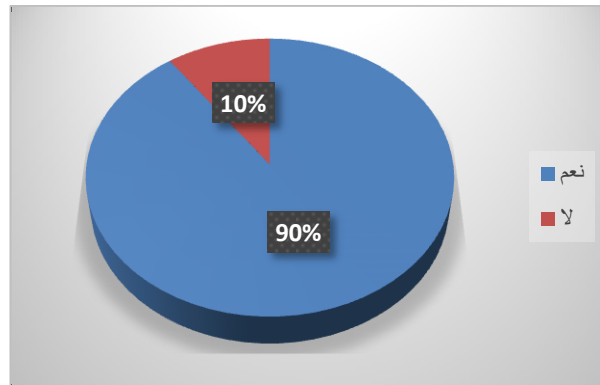


من خلال الجدول قدرت عبارة "الاطلاع على ما هو جديد في مجال الاتصال" بنسبة 42% وهذا من خلال توفير وسائل لاتصال الحديثة من أجل تسهيل عملية الاتصال بين مختلف أقسام المديرية، أما بالنسبة لعبارة "إرساء ثقافة الاتصال من خلال المناقشات والندوات" فقدرت نسبته 30% ويرجع هذا إلى استخدام المديرية للاجتماعات كوسيلة من أجل تبادل المعلومات وأيضا من أجل نشر ثقافة الاتصال بين الموظفين، في حيت قدرت العبارة "إجراء دورات تدريبية لتحسين مهارة الاتصال الشخصي لدى العاملين" بنسبة 28% وهذا من خلال تدريبهم على مهارة التحدث وإدارة الاجتماعات.

الجدول رقم (20) يبين طبيعة الاتصال الشخصي الذي من شأنه المحافظة على العلاقات بين الموظفين

النسبة المئوية	التكرارات	العبارات
90%	45	نعم
10%	5	لا
100%	50	المجموع

الشكل رقم 23: يبين طبيعة الاتصال الشخصي الذي من شأنه المحافظة على العلاقات بين الموظفين

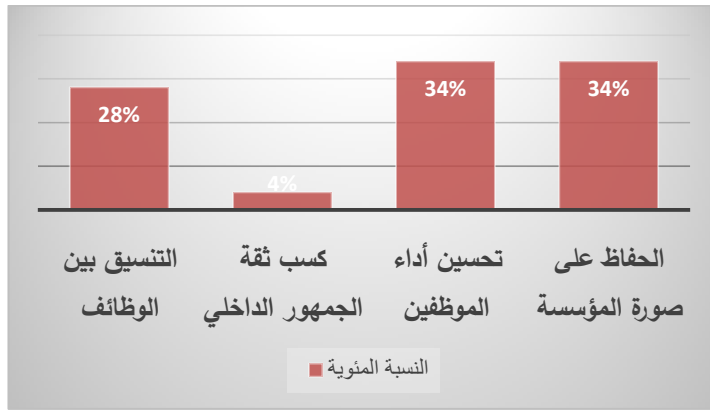


نلاحظ من خلال الجدول أن المبحوثين الذين يرون أن طبيعة الاتصال الشخصي من شأنه المحافظة على العلاقة بين الموظفين قدرت نسبتهم 90%، وهذا راجع لأن طبيعة الاتصال من شأنها المحافظة على العلاقات داخل المديرية خصوصا إذا كانت المديرية تعتمد في سياستها على المصداقية والعدل بين الموظفين، بعيدا عن البيروقراطية وعدم الانحياز لمن هم أعلى مستوى في الإدارة. أما المبحوثين الذين لا يرون بأن طبيعة الاتصال الشخصي من شأنه المحافظة على العلاقة بين الموظفين قدرت نسبتهم 10% وهم يمثلون نسبة ضئيلة وهذا ربما يرون أن هناك غياب العدالة بين الموظفين خاصة بين الموظف الدائم والموظف المؤقت.

الجدول رقم (21) يبين الهدف العام من وراء الاتصال الشخصي داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو

النسبة المئوية	التكرارات	العبارات
28%	14	التنسيق بين الوظائف
4%	2	كسب ثقة الجمهور الداخلي
34%	17	تحسين أداء الموظفين
34%	17	الحفاظ على صورة المؤسسة
100%	50	المجموع

الشكل رقم 24: يبين الهدف العام من وراء الاتصال الشخصي داخل مديرية السكن



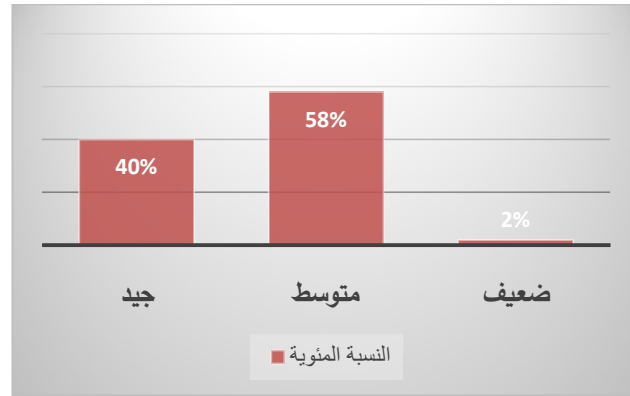
نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الإجابة بعبارة "تحسين أداء الموظفين" وعبارة "المحافظة على صورة المؤسسة" متساوية حيث قدرت بنسبة 34% تليهما نسبة عبارة "التنسيق بين الوظائف" والتي قدرت بـ 28% ، وفي الأخير نسبة عبارة "كسب ثقة الجمهور الداخلي" التي قدرت بـ 4%.

يتبين من خلال الجدول أن الاتصال الشخصي يسعى إلى تحسين أداء الموظفين من أجل الحفاظ على صورة المؤسسة وهذا من خلال التنسيق بين الوظائف وكسب ثقة الجمهور الداخلي.

الجدول رقم (22) يبين تقييم الموظفين لمديرية السكن لولاية تيزي وزو للاتصال الشخصي داخل المديرية

النسبة المئوية	التكرارات	العبارات
40%	20	جيد
58%	29	متوسط
2%	1	ضعيف
100%	50	المجموع

الشكل رقم 25: يبين تقييم الموظفين لمديرية السكن لولاية تيزي وزو للاتصال الشخصي



تكشف المعطيات أن نسبة 58% من المبحوثين يرون أن مستوى الاتصال الشخصي داخل المديرية "متوسط" وهذا راجع ربما إلى شخصية الموظفين الذين يميلون إلى الانغلاق وعدم المخالطة. أما بالنسبة للمبحوثين الذين يرون أن مستوى الاتصال الشخصي داخل المديرية "جيد" فهم بنسبة 40% وهذا راجع بشعورهم بالرضا في تقييمهم للاتصال الشخصي للمديرية،

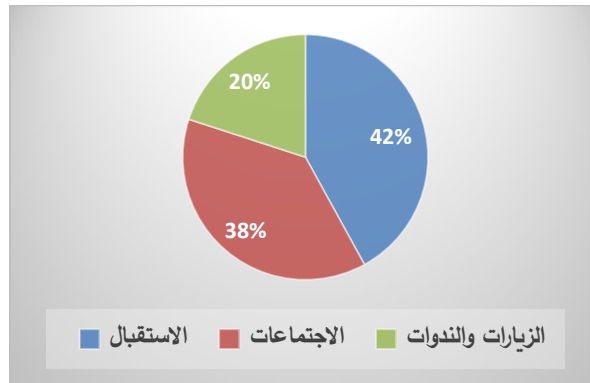
إذ يعتبر الهدف الرئيسي لأي تنظيم هو تبادل الآراء ومناقشة الموضوعات للخروج بقرارات صحيحة وهذا ما يحققه الاتصال الفعال.

أما بالنسبة للمبحوثين الذين يرون أن مستوى الاتصال الشخصي "ضعيف" فهم بنسبة 2% وهي نسبة ضئيلة مقارنة بسابقتها وهذا راجع ربما إلى عدم شعورهم برضا على كيفية تسيير العملية الاتصالية داخل المديرية.

الجدول رقم (23) يبين نوع وسائل الاتصال الشخصي التي بإمكانها أن تخلق نظرة جيد عن مديرية السكن لولاية تيزي وزو

النسبة المئوية	التكرارات	العبارات
42%	21	الاستقبال
38%	19	الاجتماعات
20%	10	الزيارات والندوات
100%	50	المجموع

الشكل رقم 26: يبين نوع وسائل الاتصال الشخصي التي بإمكانها أن تخلق نظرة جيد عن مديرية السكن



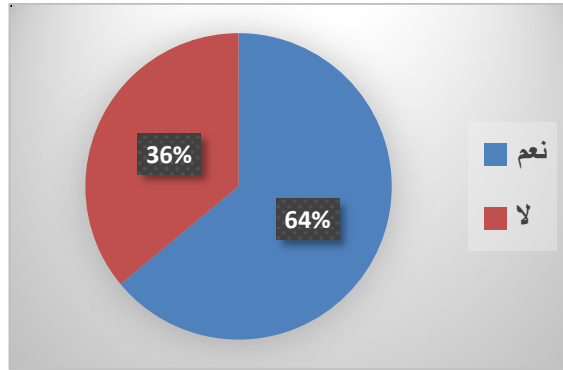
من خلال القراءة الإحصائية للجدول أعلاه يتبين لنا أن أعلى نسبة من المبحوثين والمقدرة 42% يرون بأن الاستقبال من شأنه أن يخلق لديهم نظرة جيدة حول المديرية حيث يساهم حسن الاستقبال إلى خلق مناخ سليم داخل المديرية كما يخلق علاقات طيبة بين الموظفين.

أما بنسبة لعبارة " الاجتماعات " فقدرت نسبتها 38% حيث تعتبر الاجتماعات صورة هامة من صور الاتصال الشخصي والمباشر بين الإدارة والعاملين لشرح أهداف الإدارة وسياساتها وخططها المستقبلية وحل ما قد يكون هناك مشاكل وإزالة اللبس حول بعض القرارات الإدارية، وكل هذه الأمور من شأنها رفع معنويات العمال وتشكيل لديهم نظرة جيدة لمديريتهم. أما بالنسبة للزيارات والندوات فقدرت بنسبة 20% حيث تساهم الندوات في خلق بيئة مريحة ومفتوحة لممارسة تقنية الاتصال المهنية، كما يمكن أن تتيح فرصة المناقشة وتقديم الحجج وتكون منفتحا على وجهات نظر الآخرين.

الجدول رقم (24) يبين علاقة الاتصال الشخصي والصورة المشكلة لمديرية السكن لولاية تيزي وزو بالنسبة للموظف

النسبة المئوية	التكرارات	العبارات
64%	32	نعم
36%	18	لا
100%	50	المجموع

الشكل رقم 27: يبين علاقة الاتصال الشخصي والصورة المشكلة لمديرية السكن لولاية تيزي وزو بالنسبة للموظف

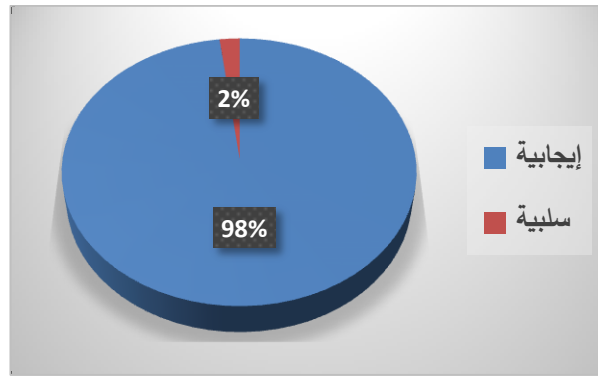


تشير المعطيات الكمية أن نسبة 64% من المبحوثين يرون أن هناك علاقة بين الاتصال الشخصي والصورة المشكلة لمديرية السكن لولاية تيزي وزو، حيث كلما زاد التعاون بين أعضاء المجموعة كلما حققوا نجاحات أفضل، وعندما يكون كل فرد من أفراد المجموعة صريح في تعامله مع الآخرين، يحترمه الآخرون والاتصال يكون أكثر كفاءة وبالتالي تتشكل صورة حسنة عن المديرية. أما بالنسبة للمبحوثين الذين يرون أن الاتصال الشخصي ليس له علاقة بالصورة الذهنية وتقدر نسبتهم 36% حيث يرون أن الصورة المشكلة لديهم تتعلق بعوامل أخرى وليس الاتصال الشخصي مثل الزيادات التي توفرها المديرية للموظفين والتي تحفزهم وهذا ما يؤدي إلى تشكيل صورة إيجابية.

الجدول رقم (25) يمثل طبيعة علاقة الاتصال الشخصي والصورة المشكلة عن مديرية السكن لولاية تيزي وزو

النسبة المئوية	التكرارات	العبارات
%98	49	إيجابية
%2	1	سلبية
%100	50	المجموع

الشكل رقم 28: يمثل طبيعة علاقة الاتصال الشخصي والصورة المشكلة عن مديرية السكن



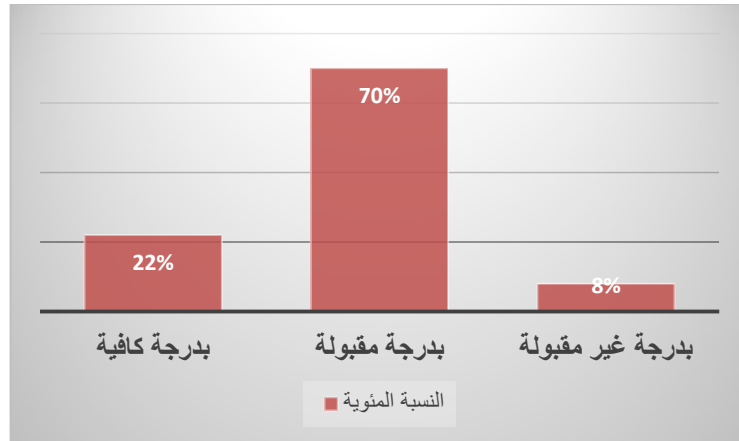
من خلال الجدول يتبين لنا أن 98% من الموظفين يرون بأن طبع العلاقة الموجودة بين الاتصال الشخصي والصورة الذهنية المشكلة لديهم علاقة إيجابية، أما المبحوثين الذين يرون بأن طبيعة هذه العلاقة سلبية قدرت نسبتهم 2%.

نستنتج من خلال الجدول أن نسبة كبيرة من الموظفين ترى بأن العلاقة بين الاتصال الشخصي والانطباع المشكل لديهم عن المديرية علاقة إيجابية تعكس نظرتهم، كما تعكس درجة الرضا عندهم، أما بالنسبة للمبحوثين الذين يرون بأن طبيعة العلاقة سلبية وهذا راجع للمعوقات الاتصالية التي أدت إلى تشكيل صورة ذهنية سلبية وهذه المعوقات تختلف أنواعها لدى المبحوثين.

الجدول رقم (26) يبين مدى اهتمام مديرية السكن لولاية تيزي وزو بتحسين صورتها لدى جمهورها الداخلي

النسبة المئوية	التكرارات	العبارات
22%	11	بدرجة كافية
70%	35	بدرجة مقبولة
8%	4	بدرجة غير مقبولة
100%	50	المجموع

الشكل رقم 29: يبين مدى اهتمام مديرية السكن لولاية تيزي وزو بتحسين صورتها لدى جمهورها الداخلي



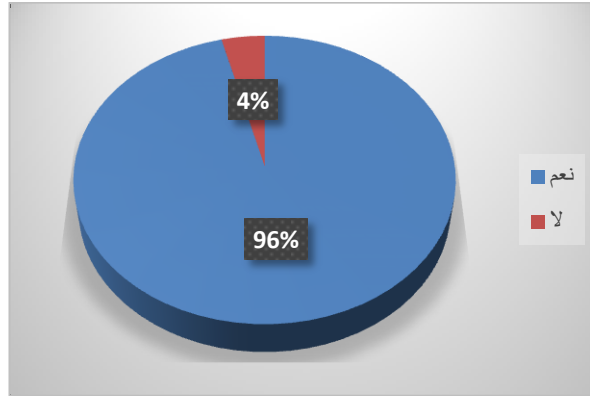
تشير المعطيات الكمية إلى أن نسبة 70% من أفراد العينة يرون بأن مديرية السكن تولى اهتماما بشكل مقبول لتحسين صورتها لدى جمهورها الداخلي وذلك عن طريق تحفيزهم بتقديم مساعدات مالية لهم عن طريق زيادة الأجور. أما 22% من المبحوثين فيرون بأن مديرية السكن تولى اهتماما بالغا لتحسين صورتها لدى جمهورها الداخلي وذلك عن طريق توفير وسائل الاتصال اللازمة، وكذلك بتوفير المناخ السليم لأفراد المديرية وإتاحة الفرص لهم للمشاركة في القرارات وفتح المجال أمامهم لطرح انشغالاتهم.

أما بالنسبة للمبحوثين الذين يرون بأن مديريتهم تولي بتحسين صورتها لدى جمهورها الداخلي بدرجة غير مقبولة قدرت ب 8% وهي نسبة ضئيلة، وهذه الفئة ترى بأن الجهود التي تبذلها المديرية من أجل جمهورها الداخلي غير كافية.

الجدول رقم(27) يمثل مدى إمكانية مديرية السكن لولاية تيزي وزو في كسب مكانة لدى محيطها الداخلي من خلال الاتصال الشخصي

النسبة المئوية	التكرارات	العبارات
96%	48	نعم
4%	2	لا
100%	50	المجموع

الشكل رقم 30: يمثل مدى إمكانية مديرية السكن لولاية تيزي وزو في كسب مكانة لدى محيطها الداخلي من خلال الاتصال الشخصي



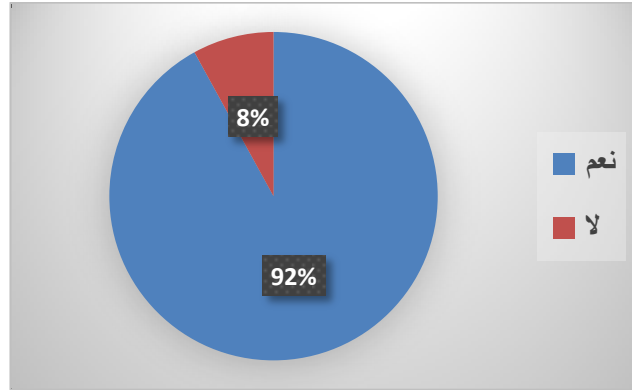
من خلال المعطيات الإحصائية لنا أن 96% من المبحوثين يرون بأن يمكن لمديرية السكن لولاية تيزي وزو كسب مكانة لدى محيطها الداخلي من خلال الاتصال الشخصي، وذلك عن طريق حسن استخدام وسائل الاتصال الشخصية وكذلك طبيعة الاتصال الخالية من البيروقراطية هي التي تسمح في كسب مكانة لدى جمهورها الداخلي والحفاظ على هويتها

وسمعتها. أما 4% من المبحوثين فيرون بأن لا يمكن لمديرية السكن لولاية تيزي وزو كسب مكانة لدى محيطها الداخلي ولعل هذا راجع إلى ضعف استخدام وسائل الاتصال الشخصية أو عدم امتلاك مهارات كافية في الاتصال الشخصي.

الجدول رقم (28) يبين مدى علاقة نجاح خدمات مديرية السكن لولاية تيزي وزو بنجاح عملية الاتصال الشخصي

العبارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	46	92%
لا	4	8%
المجموع	50	100%

الشكل رقم 31: يبين مدى علاقة نجاح خدمات مديرية السكن لولاية تيزي وزو بنجاح عملية الاتصال الشخصي



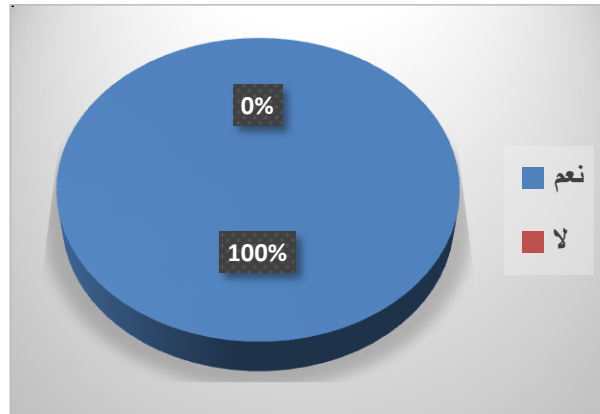
يبين الجدول أن نسبة 92% من أفراد العينة يرون بأن نجاح مديرية السكن لولاية تيزي وزو متعلق بنجاح الاتصال الشخصي، وهذا راجع للدور الفعال الذي يلعبه الاتصال الشخصي في زيادة من فعالية الأنشطة وكذا إعطاء الموظفين معلومات جديدة تخص بالمديرية من أجل تحسين صورتها. أما نسبة 8% من أفراد العينة يرون بأن نجاح مديرية السكن لولاية

تيزي وزو ليس متعلق بنجاح الاتصال الشخصي، بل هناك عوامل أخرى كتطوير المستمر للأساليب وتنفيذ إجراءات العمل حسن وحسن اختيار الموظفين الذين يعملون في الإدارة أو مختلف أقسام الإدارة.

الجدول رقم (29) يمثل مدى تأثير المشاكل والاضطرابات الداخلية سلبا على صورة مديرية السكن لولاية تيزي وزو

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
100%	50	نعم
00%	00	لا
100%	50	المجموع

الشكل رقم 32: يمثل مدى تأثير المشاكل والاضطرابات الداخلية سلبا على صورة مديرية السكن لولاية تيزي وزو



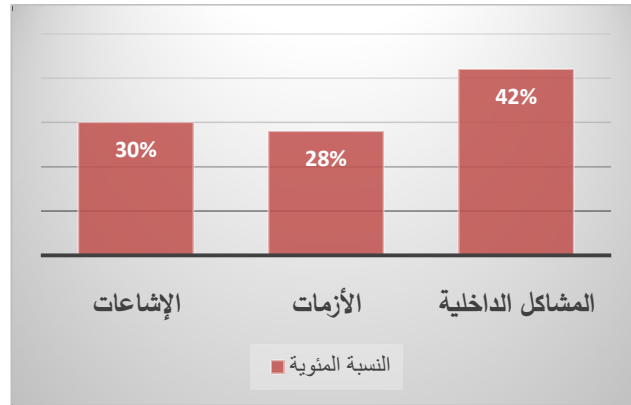
من خلال الجدول تشير المعطيات الكمية بأن 100% من أفراد العينة يرون بأن المشاكل والاضطرابات الداخلية تؤثر على الصورة الذهنية المشكلة لدى جمهورها الداخلي، وهذا التأثير بطبيعة الحال يكون سلبا خاصة إذا لم تجد المؤسسة حولا لهذه الاضطرابات والمشاكل، مثل

المشاكل التي تكون بين الموظفين فيما بينهم وبالتالي تؤدي إلى خلق انطباع سيء عن المديرية.

الجدول رقم(30) يمثل العوائق التي تحول دون تشكيل صورة ذهنية حسنة لمديرية السكن لولاية تيزي وزو

النسبة المئوية	التكرارات	العبارات
30%	15	الإشاعات
28%	14	الأزمات
42%	21	المشاكل الداخلية
100%	50	المجموع

الشكل رقم 33: يمثل العوائق التي تحول دون تشكيل صورة ذهنية حسنة لمديرية السكن لولاية تيزي وزو



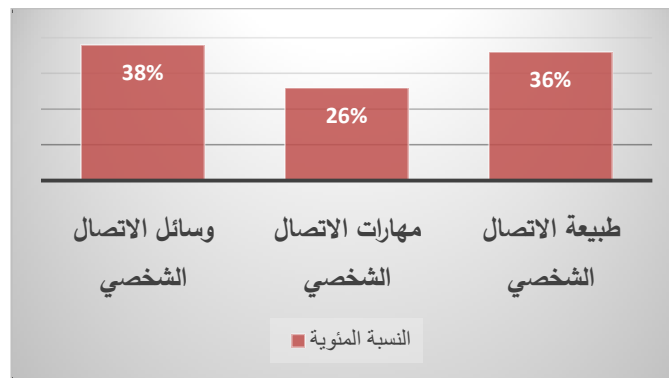
يوضح لنا هذا الجدول العوائق التي تحول دون تشكيل صورة ذهنية حسنة للمديرية، حيث نلاحظ المشاكل الداخلية بين الموظفين يمثل أكبر عائق بنسبة تقدر بـ 42% إذ تعتبر المشاكل الداخلية بين الموظفين حسب رأي العاملين السبب في الانعكاس السلبي لصورة المديرية المشكلة لديهم، لأن هذه المشاكل تجعل الموظف لا يشعر بالراحة داخل المؤسسة.

أما الإشاعات فقدرت ب 30% وحسب رأي الموظفين فإن الاشاعات من بين الأسباب التي تعكس سلبا على صورة المديرية حيث من الممكن أن تسبب الإشاعات بخسارة كفاءات وظيفية إن لم تكن الإدارة تتمتع بقدر كاف من المهنية والحكمة. أما الأزمات فتقدر نسبته ب 28% وهي تلك الأزمات المتعلقة بأزمات السكن وفي الإحصاء الدقيق لطالبي السكن.

الجدول رقم (31) يبين المعوقات التي تحد من فاعلية الاتصال الشخصي في تشكيل صورة حسنة لمديرية السكن لولاية تيزي وزو

النسبة المئوية	التكرارات	العبارات
38%	19	وسائل الاتصال الشخصي
26%	13	مهارات الاتصال الشخصي
36%	18	طبيعة الاتصال الشخصي
100%	50	المجموع

الشكل رقم 34: يبين المعوقات التي تحد من فاعلية الاتصال الشخصي في تشكيل صورة حسنة لمديرية السكن لولاية تيزي وزو



نلاحظ من خلال الجدول أن من أكثر المعوقات التي تحد من فاعلية الاتصال الشخصي وصورة المديرية يتمثل في وسائل الاتصال الشخصي وذلك بنسبة 38% وهذا راجع إلى توفر جميع وسائل الاتصال الشخصي، أما النسبة المئوية فتتمثلت في طبيعة الاتصال الشخصي

حيث قدرت ب 36% وهذا يرجع لطبيعة الاتصال التي خلقت حواجز بين المستويات الإدارية، أما مهارات الاتصال الشخصي فقدرت ب 26% وهذا يرجع لعدم امتلاك المهارات اللازمة للاتصال الشخصي ما يؤدي لوصول المعلومة بشكل خاطئ.

تفريغ وتحليل البيانات من خلال الجداول المركبة:

الجدول رقم (32) يوضح العلاقة بين متغير المستوى التعليمي وطرق الاتصال الأكثر استخداما في مديرية السكن لولاية تيزي وزو

المجموع		إلكترونية		كتابية		شفاهية		الإجابة المتغيرات
النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	
%28	14	%25	4	%29.41	5	%29.41	5	متوسط
%36	18	%37.5	6	%35.29	6	%35.29	6	ثانوي
%36	18	%37.5	6	%35.29	6	%35.29	6	جامعي
%100	50	%100	16	%100	17	%100	17	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل طرق الاتصال الأكثر استخداما في مديرية السكن لولاية تيزي وزو، فمن خلال متغير المستوى التعليمي، نجد أعلى نسبة بالنسبة للمستوى المتوسط قدرت ب 29.41% لكل من طرق الاتصال الشفوي والكتابية ثم تليه نسبة 25% للطرق الاتصال الإلكترونية. أما المستوى الثانوي فنجد نسبة 37.5% للطرق الإلكترونية ثم تليه 35.29% لكل من الطرق الشفوية والكتابية. أما المستوى الجامعي نجد أعلى نسبة قدرت ب 37.5% للطرق الاتصال الإلكترونية وفي الأخير تليه نسبي لكل من الطرق الشفهية والكتابية بنسبة تقدر ب 35.29%.

نستنتج من خلال متغير المستوى التعليمي أعلى نسبة لكل من المستوى الثانوي والجامعي بنسبة تقدر ب 37.5% للطرق الاتصال الإلكترونية، وهذا راجع إلى كون الموظفين ذو مستوى تعليمي عالي وتمتعهم بالكفاءة والخبرة اللازمة في استخدام الطرق الإلكترونية لمديرية السكن لولاية تيزي وزو، كون هذه الأخيرة تساعد على اختصار الوقت والمسافات.

الجدول رقم (33) يمثل العلاقة بين متغير الخبرة والاتصال الغالب في مديرية السكن لولاية

تيزي وزو

المجموع		اتصال أفقي		اتصال نازل		اتصال صاعد		الإجابة المتغيرات
النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	
%34	17	%50	2	%33.33	9	%31.57	6	أقل من 5 سنوات
%34	17	%25	1	%33.33	9	%36.84	7	من 5-10 سنوات
%32	16	%25	1	%33.33	9	%31.57	6	أكثر من 10 سنوات
%100	50	%100	4	%100	27	%100	19	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل الاتصال الغالب في مديرية السكن لولاية تيزي وزو، فبنسبة لمتغير الخبرة في العمل نجد متغير أقل من 5 سنوات قدرت أعلى نسبة ب 50% للاتصال الأفقي وتليه نسبة 33.33% للاتصال النازل ثم تليه نسبة 31.57% للاتصال الصاعد.

أما متغير الخبرة من 5 إلى 10 سنوات تمثل أعلى نسبة فيه ب 36.84% للاتصال الصاعد ثم يليه الاتصال النازل بنسبة 33.33% وتليه نسبة 25% للاتصال الأفقي. أما متغير الخبرة

أكثر من 10 سنوات تمثل أعلى نسبة فيه ب 33.33% للاتصال النازل وتليه نسبة 31.57% للاتصال الصاعد وفي الأخير يليه الاتصال الأفقي ب 25%.

نستنتج من خلال متغير الخبرة أن أعلى نسبة للمبحوثين تتمثل 50% للاتصال الأفقي الذي يمثل الاتصال الغالب في مديرية السكن لولاية تيزي وزو، ويقصد بها اتصال بين الأفراد على نفس المستوى الإداري في المديرية وهذه الاتصالات هامة لتحقيق فعالية مديرية السكن ويضمن هذا النوع تبادل الرسائل والمعلومات بين أعضاء الإدارات والمصالح وافروع داخل المديرية

الجدول رقم (34) يمثل علاقة متغير الخبرة في العمل وأشكال الاتصال الأكثر استخداما في مديرية السكن لولاية تيزي وزو

المجموع		الزيارات والندوات		الاجتماعات		المقابلات الشخصية		الإجابة المتغيرات
النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	
%32	16	%30.76	4	%32	8	%33.33	4	أقل من 5 سنوات
%34	17	%38.46	5	%32	8	%33.33	4	من 5-10 سنوات
%34	17	%30.76	4	%36	9	%33.33	4	أكثر من 10 سنوات
%100	50	%100	13	%100	25	%100	12	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل أشكال الاتصال الشخصي الأكثر استخداما في مديرية السكن لولاية تيزي وزو، من خلال متغير الخبرة في العمل أقل من 5 سنوات تقدر

نسبة المقابلات الشخصية 33.33% وتليه نسبة 32% للاجتماعات ثم تليه الزيارات والندوات بنسبة 30.76%.

أما بالنسبة للمتغير الثاني من 5 إلى 10 سنوات فأعلى نسبة قدرت ب 38.46% للزيارات والندوات وتليه نسبة 33.33% للمقابلات الشخصية ومن ثم تليه الاجتماعات بنسبة تقدر 32%، وفي الأخير نجد المتغير أكثر من 10 سنوات والتي قدرت أعلى نسبة ب 36% للاجتماعات في حين تليه نسبة 33.33% للمقابلات الشخصية، وفي الأخير نجد الزيارات والندوات بنسبة 30.76% .

نستنتج من خلال متغير الخبرة في العمل أن أعلى نسبة للمتغير أكثر من 10 سنوات قدرت بنسبة 36% للاجتماعات وهذا راجع إلى الدور الهام الذي تلعبه في اتخاذ القرارات وإتاحة الفرصة للالتقاء بالعاملين ودراسة اتجاهاتهم وآرائهم ومعرفة مشكلاتهم ومقترحاتهم حتى يتسنى رسم سياستها على أسس واقعية.

الجدول رقم (35) يمثل العلاقة بين متغير الخبرة في العمل والهدف العام من وراء الاتصال الشخصي داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو

المجموع		الحفاظ على صورة المؤسسة		تحسين أداء الموظفين		كسب ثقة الجمهور الداخلي		التنسيق بين الوظائف		الإجابة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%		%		%		%		%		المتغيرات
30%	15	29.41%	5	29.41%	5	50%	1	28.57%	4	أقل من 5 سنوات
38%	19	29.41%	5	35.29%	6	/	/	57.14%	8	من 5-10 سنوات
32%	16	41.17%	7	35.29%	6	50%	1	14.28%	2	أكثر من 10 سنوات
100%	50	100%	17	100%	17	100%	2	100%	14	المجموع

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل الهدف العام من وراء الاتصال الشخصي لمديرية السكن لولاية تيزي وزو، وحسب رأي العمال نلاحظ من خلال متغير الخبرة في العمل أقل من 5 سنوات أن أعلى نسبة قدرت ب 50% لكسب ثقة الجمهور الداخلي وتليه نسبة 29.41% لكل من تحسين أداء الموظفين والحفاظ على صورة المؤسسة، في حين تليه نسبة 28.57% لتنسيق بين الوظائف. أما متغير من 5 إلى 10 سنوات فنلاحظ أن أعلى نسبة قدرت ب 57.14% للتنسيق بين الوظائف ثم تليه نسبة 35.29% لتحسين أداء الموظفين وتليه نسبة 29.41% للحفاظ على صورة المؤسسة، وفي الأخير تليه نسبة منعدمة 00% لكسب ثقة الجمهور الداخلي.

ومن ثم نجد متغير أكثر من 10 سنوات فتقدر أعلى نسبة 50% لكسب ثقة الجمهور الداخلي وتليه نسبة 41.17% للحفاظ على صورة المؤسسة، من ثم تليه نسبة 35.29% لتحسين أداء الموظفين وفي الأخير نجد نسبة 14.28% لتنسيق بين الوظائف.

نستنتج من خلال متغير الخبرة في العمل فالهدف من الاتصال الشخصي داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو هو التنسيق بين الوظائف بنسبة 57.14% للمتغير من 5-10 سنوات وهذا راجع للخبرة التي تمتلكها هذه الفئة من العمال والكفاءة والخبرة التي يمتازون بها للتنسيق بين الوظائف من أجل الحفاظ على استمرارية المديرية.

الجدول رقم (36) يمثل العلاقة بين العوائق التي تحول دون تشكيل صورة ذهنية حسنة لمديرية السكن ومتغير الخبرة في العمل

المجموع		المشاكل الداخلية بين الموظفين		الأزمات		الإشاعات		الإجابة المتغيرات
النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	
34%	17	%	6	42.85%	6	33.33%	5	أقل من 5 سنوات
34%	17	%	8	21.42%	3	40%	6	من 5-10 سنوات
32%	16	%	6	42.85%	6	26.66%	4	أكثر من 10 سنوات
100%	50	100%	20	100%	15	100%	15	المجموع

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل العوائق التي تحول دون تشكيل صورة ذهنية حسنة للمؤسسة، تمثل أعلى نسبة لمتغير الخبرة أقل من 5 سنوات قدرت ب 42.85% للأزمات ثم تليه الإشاعات بنسبة 33.33% في حين تليه المشاكل الداخلية بين الموظفين ب 30%.

أما متغير الخبرة من 5 إلى 10 سنوات فنجد أعلى نسبة قدرت ب 40% لكل من الإشاعات والمشاكل الداخلية بين الموظفين، ومن ثم تليه نسبة 21.41% للأزمات. وفي الأخير نجد متغير الخبرة أكثر من 10 سنوات قدرت أعلى نسبة ب 42.85% للأزمات ثم تليه نسبة 30% للمشاكل الداخلية بين الموظفين، وفي الأخير تليه نسبة 26.66% للإشاعات.

نستنتج من خلال كلا من متغير الخبرة أقل من 5 سنوات ومتغير الخبرة أكثر من 10 سنوات أن العوائق التي تحول دون تشكيل صورة ذهنية حسنة للمؤسسة هي الأزمات بنسبة قدرت 42.85%، وهذا راجع كون المديرية غالبا ما تمر بأزمات خاصة المتعلقة بالسكن.

نتائج الدراسة:

نتائج عامة:

من خلال المعطيات المقدمة والتي تحصلنا عليها من دراستنا تبين لنا:

❖ أن طبيعة الاتصال السائد داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو هو الاتصال الرسمي بنسبة 56%.

❖ أن مستوى الاتصال الغالب داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو هو الاتصال النازل بنسبة 54%.

❖ من بين أنواع الاتصال السائد داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو هو كلا النوعين (الاتصال في اتجاهين والاتصال في اتجاه واحد على شكل أوامر) بنسبة 48%.

❖ من بين الأشكال الاتصالية الغالبة داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو هو الاتصال الجمعي بنسبة 54%.

❖ من بين الطرق الاتصال الأكثر استخداما داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو هي الطريقة الشفهية بنسبة 34% والطريقة الكتابية بنسبة 34%.

❖ من بين أنواع الاتصال الشخصي الذي يتم بين العاملين داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو ، كلا النوعين (الفردى والجماعي) بنسبة 72%.

❖ يعتبر الاتصال الشخصي عامل رئيس داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو بنسبة 50%.

❖ في مديرية السكن تتم المقابلات بين العاملين أحيانا بذات طابع مهني بنسبة 58%.

❖ من بين وسائل الاتصال الشخصية الأكثر استخداما داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو هو البريد الإلكتروني بنسبة 42%.

- ❖ من بين أشكال الاتصال الشخصي الأكثر استخداما داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو هي الاجتماعات بنسبة 50%.
- ❖ في مديرية السكن لولاية تيزي وزو توجد سهولة دائما بالاتصال بالمدير بنسبة 58%.
- ❖ تولي مديرية السكن لولاية تيزي وزو اهتماما بالاتصال الشخصي بنسبة 64%.
- ❖ تولي مديرية السكن لولاية تيزي وزو اهتماما بالاتصال الشخصي عن طريق الاطلاع ما هو جديد في مجال الاتصال.
- ❖ في مديرية السكن لولاية تيزي وزو طبيعة الاتصال الشخصي من شأنه المحافظة على العلاقات بين الموظفين بنسبة 90%.
- ❖ الهدف العام من وراء الاتصال الشخصي داخل مديرية السكن هو تحسين أداء الموظفين والحفاظ على صورة المؤسسة بنسبة 34%.
- ❖ من بين وسائل لاتصال الشخصي التي بإمكانها أن تخلق نظرة جيدة عن مديرية السكن لولاية تيزي وزو هو الاستقبال بنسبة 42%.
- ❖ توجد علاقة بين الاتصال الشخصي والصورة المشكلة لمديرية السكن لولاية تيزي وزو بالنسبة للموظف بنسبة 64%.
- ❖ إن طبع علاقة الاتصال الشخصي والصورة المشكلة عن مديرية السكن لولاية تيزي وزو إيجابية بنسبة 98%.
- ❖ تولي مديرية السكن لولاية تيزي وزو اهتماما بتحسين صورتها لدى جمهورها الداخلي بدرجة مقبولة بنسبة 70%.
- ❖ يمكن لمديرية السكن لولاية تيزي وزو في كسب مكانة لدى محيطها الداخلي من خلال الاتصال الشخصي بنسبة 96%.
- ❖ نجاح خدمات مديرية السكن يتعلق بنجاح عملية الاتصال الشخصي بنسبة 92%.

- ❖ تؤثر المشاكل والاضطرابات الداخلية سلباً على صورة مديرية السكن لولاية تيزي وزو بنسبة 100%.
- ❖ من بين العوائق التي تحول دون تشكيل صورة ذهنية حسنة لمديرية السكن لولاية تيزي وزو هي المشاكل الداخلية بنسبة 42%.
- ❖ من بين المعوقات التي تحد من فاعلية الاتصال الشخصي في تشكيل صورة حسنة لمديرية السكن لولاية تيزي وزو هي وسائل الاتصال الشخصي بنسبة 38%.

نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات الفرعية:

- 1- نتائج الدراسة في ضوء التساؤل الأول: من بين أشكال ووسائل الاتصال الشخصي أكثر استخداماً داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو، نجد الاجتماعات وهذا ما تبين لنا من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول رقم (15) حيث كانت بنسبة 50%، ونجد أيضاً البريد الإلكتروني بالنسبة لوسائل الاتصال الشخصي المستخدمة داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو وهذا ما تبين من خلال الجدول رقم (14) حيث كانت بنسبة 42%.
- 2- نتائج الدراسة في ضوء التساؤل الثاني: حيث يحضى الاتصال الشخصي داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو بمكانة مرموقة عند جمهورها الداخلي وهذا ما تؤكد معطيات الجدول رقم (17) التي تثبت بأن مديرية السكن تولي أهمية بالغة بالاتصال الشخصي من خلال ما هو جديد في مجال الاتصال بنسبة 42% إضافة إلى معطيات الجدول رقم (19) التي تثبت بأن طبيعة الاتصال الشخصي من شأنه المحافظة على العلاقات بين الموظفين.
- 3- نتائج الدراسة في ضوء التساؤل الثالث: حيث توجد علاقة بين الاتصال الشخصي والصورة الذهنية لمديرية السكن لولاية تيزي وزو وهذا ما تؤكد معطيات الجدول رقم (23)

بنسبة 64% إضافة معطيات الجدول رقم (24) التي تثبت أن طبيعة العلاقة بين الاتصال الشخصي والصورة المشكّلة عن مديرية السكن لولاية تيزي وزو إيجابية بنسبة 98%.
4- نتائج الدراسة في ضوء التساؤل الرابع: حيث من بين العوائق التي تقف دون تشكيل صورة ذهنية حسنة عن مديرية السكن لولاية تيزي وزو المشاكل الداخلية بين الموظفين، وهذا ما تؤكد معطيات الجدول رقم (29) بنسبة 42%، إضافة إلى معطيات الجدول رقم (30) تثبت بأن وسائل الاتصال الشخصي تحد من فاعلية الاتصال الشخصي في تشكيل صورة ذهنية حسنة لمديرية السكن لولاية تيزي وزو بنسبة 38%.
ومن خلال تحليلنا ومناقشة النتائج المتوصل إليها في الجداول السابقة والإجابة على التساؤلات الفرعية، توصلنا إلى أجوبة الأسئلة المتمثلة في أن للاتصال الشخصي له دور كبير في تحسين صورة الذهنية لمديرية السكن لولاية تيزي وزو

خلاصة:

تناولنا في هذا الإطار التطبيقي قمنا بتعريف مديرية السكن لولاية تيزي وزو وإبراز هيكلها التنظيمي ثم تطرقنا التعريف بمصالحها ومكاتبها المهمات التي تقوم بها، وبعدها تطرقنا إلى عرض وتحليل النتائج المتوصل إليها من خلال أسئلة الاستمارة ومناقشة التساؤلات الفرعية للوصول إلى نتائج عامة للدراسة.

خاتمة

خاتمة:

كان الهدف الرئيس من هذه الدراسة التعرف على دور الاتصال الشخصي في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمانية لدى جمهورها الداخلي-دراسة ميدانية لمديرية السكن لولاية تيزي وزو- وذلك انطلاقا من الأهمية التي أصبح الاتصال يكسبها داخل المديرية من أجل إيجاد التناسق والانسجام بين مختلف مصالحها، وبالتالي فإن الاتصال الشخصي الجيد يؤدي الى اتخاذ قرارات فعالة قائمة على قدر كاف من الحقائق والمعلومات والبيانات الصحيحة.

فلقد أصبحت كفاءة الإدارة معتمدة على مدى توفر المعلومات الكافية وبالمواصفات الكمية والكيفية في الوقت المناسب، كما تعاضم الأثر التكنولوجي وإدراك المؤسسات الناجحة لأهمية المعلومات ودورها في تكوين صورة ذهنية حسنة أدى إلى تعاضم دور الاتصال بصفة عامة والاتصال الشخصي بصفة خاصة بحيث بات شرطا أساسيا لمواكبة التطورات الهائلة في مجال قيادة الجماعات والأفراد والمنظمات.

ومما لا شك فيه أن الدور الذي يقوم به الاتصال الشخصي هو الذي جعله يحتل مكانة متميزة داخل المؤسسات التي تدرك أن تحقيق السير الجيد يتطلب استراتيجية اتصالية فعالة تستجيب لمتطلبات العاملين، هذه المكانة ترجع لتمييز الاتصال الشخصي بالسرعة والمرونة، كما أنه يساهم في خلق روح المبادرة والتعاون بين العمال والثقة المتبادلة بين الرئيس والمرؤوس، هذا ما يؤدي إلى استقرار العاملين وبالتالي تحسين صورتها لديهم، وهذا ما ينعكس ايجابا على المؤسسة

وأخيرا فإن دراستنا أخذت أهميتها من أهمية الموضوع في حد ذاته حيث تعمل على الدراسات من أجل تطوير جوانب الاتصال المختلفة بغية ترقيتها بما يتماشى من أهداف المديرية.

المصادر والمراجع

أولاً: الكتب:

- 1) عدلي عصمت: علم الاجتماع الأمني (الأمن والمجتمع)، د.ط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2001
- 2) عبد الله مي: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، ط1، بيروت، 2006
- 3) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998
- 4) باقر موسى: الصورة الذهنية في العلاقات العامة، د.ط، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014
- 5) صخري عمر: إقتصاد المؤسسة، ط5، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007
- 6) دليو فضيل: إتصال المؤسسة (إشهار، علاقات عامة، علاقات مع الصحافة)، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2003
- 7) علافي محمد رضا: الاتصال في المؤسسة الخدمائية، د.ط، دار الكتاب والنشر والتوزيع، جامعة الموصل، العراق، 1995
- 8) هلال المزاهرة منال: بحوث الاعلام "الأسس والمبادئ"، ط1، دار كنوز المعرفة، عمان(الأردن)، 2010
- 9) عظيمي أحمد: منهجية كتابة المذكرات و الاطروحات في علوم الاعلام والاتصال، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009
- 10) ازي عناية: منهجية إعداد البحث العلمي، دار المناهج، د ط، الأردن، 2008، ص18
- 11) بن مرسلي أحمد: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص286
- 12) أنجرس موريس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تر: صحراوي بوزيد وآخرون، ط2، دار القصبية، الجزائر، 2006

- 13) غريب سيد أحمد: تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية(مصر)، 1995
- 14) ذو الفقار زغيب شيماء: مناهج البحث والإستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2015
- 15) زيان عمر محمد: العلمي ومناهجه وتقنياته، ط4، المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998
- 16) كاظم حمود حضير ، سلامة اللوزي موسى: منهجية البحث العلمي، دار إثراء، ط1، الأردن، 2008
- 17) البكري فؤاد عبد المنعم: الاتصال الشخصي، ط2، عالم الكتب، القاهرة (مصر)، 2005
- 18) ربحي مصطفى عليان، محمد الطوباسي عدنان: الاتصال والعلاقات العامة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2005
- 19) أبو إصبع صالح خليل: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط5، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان(الأردن)، 2006
- 20) محمد جهاد الجمل، سمر روجي الفيصل: مهارات الاتصال في اللغة العربية، دار الكتاب الجامعي، بيروت(لبنان)، 2015
- 21) رأفت نبيل علوة: شبكات الاتصال، مكتبة المجتمع العربي، الرياض(السعودية)، 2007
- 22) منصور هالة: الاتصال الفعال وأساليبه ومهاراته، المكتبة الجامعية، الإسكندرية(مصر)، 2005
- 23) أبو عرقوب إبراهيم: الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، دار مجدلاوي، عمان(الأردن)، 2010
- 24) عبد الرحمان المشاققة بسام: نظريات الاتصال، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان(الأردن)، 2011

- (25) أبو حمام عزام: الإعلام والمجتمع، ط1، دار أسامة، عمان (الأردن)، 2011
- (26) جبر سعيد سعاد: سيكولوجيا الاتصال الجماهيري، ط1، عالم الكتاب الحديث، عمان (الأردن)، 2008
- (27) محمد صالح نجلاء: مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية الأسس النظرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2012
- (28) السكارنة بلال خلف: المهارات الإدارية في تطوير الذات، ط2، دار المسيرة، عمان (الأردن)، 2015
- (29) القاضي علاء محمد ، حمدان بكر محمد: مهارات الاتصال، دار الإعصار العلمي، عمان (الأردن)، 2010
- (30) الطائي حميد ، العلاق بشير: أساسيات الاتصال، دار البازوري العلمية، عمان (الأردن)، 2009
- (31) حجاب محمد منير: مهارات الاتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة، ط2، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة (مصر)، 2000
- (32) صاحب سلطان محمد: مبادئ-الأسس والمفاهيم، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان (الأردن)، 2014
- (33) عبوي زيد منير: فن الإدارة بالاتصال، دار دجلة، عمان (الأردن)، 2008
- (34) جلوب حسين: مهارات الاتصال، الاتصال مع الآخرين، دار كنوز المعرفة، عمان (الأردن)، 2009
- (35) أبو ناصر محمد فتحي: مدخل إلى الإدارة التربوية، النظريات والمهارات، دار المسيرة للطباعة والنشر، ط1، بيروت (لبنان)، 2008
- (36) رائد محمد عبد ربه: نظرية المنظمة والمؤسسات، الجنادرية، ط1، عمان، 2013
- (37) كورل فريد: تسويق الخدمات، ط1، دار كنوز المعرفة العلمية، الأردن، 2009

- (38) الجوهر محمد ناجي: الاتصال التنظيمي، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية، 2000
- (39) المساعد زكي خليل: تسويق الخدمات وتطبيقاته، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2003
- (40) فرج سفيان: الاتصالات الإدارية، ط1، دار أسامة، عمان، 2009
- (41) جميعان ميخائيل: أسس الإدارة العامة، دار عويدات للنشر، بيروت، 1983
- (42) حمادي حسين: تدريبات أنماط الاتصالات التنظيمية، ط1، منشورات المركز العربي للتطور الإداري، مصر، 2000
- (43) فهمي محمد العدوي: مشاهدة في العلاقات العامة، ط1، دار أسامة، عمان، 2011
- (44) حجاب منير: الاتصال الفعال للعلاقات العامة، ط1، دار الفكر للنشر والتوزيع، القاهرة(مصر)، 2017
- (45) الجرايدة بسام عبد الرحمان: إدارة العلاقات العامة، ط1، دار أسامة للنشر، 2013
- (46) الدليمي عبد الرزاق محمد: العلاقات العامة رؤية معاصرة، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، الأردن، 2011
- (47) معلا ناجي: إدارة علامات الشهرة، زمزم ناشرون وموزعون، ط1، الأردن، 2013
- (48) الباز على: العلاقات العامة والرأي العام، ط1، دار الشعاع الفنية، الإسكندرية، 2002
- (49) الصحن محمد فريد: العلاقات العامة المبادئ والتطبيق، ط1، دار الجامعية، مصر، 2004/2003
- (50) أبو قحف عبد السلام: محاضرات في العلاقات العامة، ط1، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 2000
- (51) عوجة على ، كريمان فريد: إدارة العلاقات العامة بين الاستراتيجية وإدارة الازمات، ط 2، عالم الكتب، القاهرة، 2007

52) فهمي محمد العدوي: مشاهدة في العلاقات العامة، دار أسامة، ط1، عمان،
2011

53) طارق شريف يونس: إدارة العلاقات العامة-مفاهيم رميد، ط1، دار إيثراه، الأردن،
2008

54) محمد مصطفى أحمد: الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، ط1، دار
المعرفة الجامعية، مصر، 2003

55) موسى الوزبي: أسس العلاقات العامة-المقاس الأس، ط1، زمزم ناشرون وموزعون،
الأردن، 2010

56) زياد محمد الشرمان، عبد الغفور عبد السلام: مبادئ العلاقات العامة، ط1، دار
المقام، عمان، 2002

ثانيا: المجلات والدوريات:

57) بن غذفة شريفة، منهجية و تقنية البحث، سنة ثانية علم النفس، قسم علم النفس وعلوم
التربية والأرطفونيا، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين سطيف2،
2015-2016

58) عبد الكريم بن أعرب: تسيير المنشأة، منشورات جامعة منتوري قسنطينة،
2003/2004

ثالثا: القواميس والمعاجم:

59) محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، د.ط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية،
1995

60) معنى خليل عمر: معجم علم الاجتماع المعاصر

61) البعلكي: قاموس عربي-إنجليزي، د.ط، دار المعلم للملايين، 1996

رابعاً: الرسائل الجامعية:

62) عمار زوييدة، فقير رضوان: دور الاتصال الداخلي في تحسين الصورة الذهنية لمؤسسة اتصالات الجزائر لدى جمهورها الداخلي (دراسة ميدانية-مستغانم-)، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، اتصال تنظيمي، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2020/2019

63) خليل رنده: دور الاتصال الداخلي في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية لدى جمهورها الداخلي- دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر أم البواقي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال تنظيمي وعلاقات عامة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2015/2014

64) جمال العيفة: " دور الاتصال الشخصي في العمل السياسي (دراسة ميدانية حول استفتاء ميثاق السلم والمصالحة الوطنية بالجزائر)، أطروحة دكتوراه "غير منشورة" في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر "يوسف بن خدة"، 2007/2006

65) هدى غرسي: دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمائية بالعلاقات العامة بجامعة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية، 2015/2014

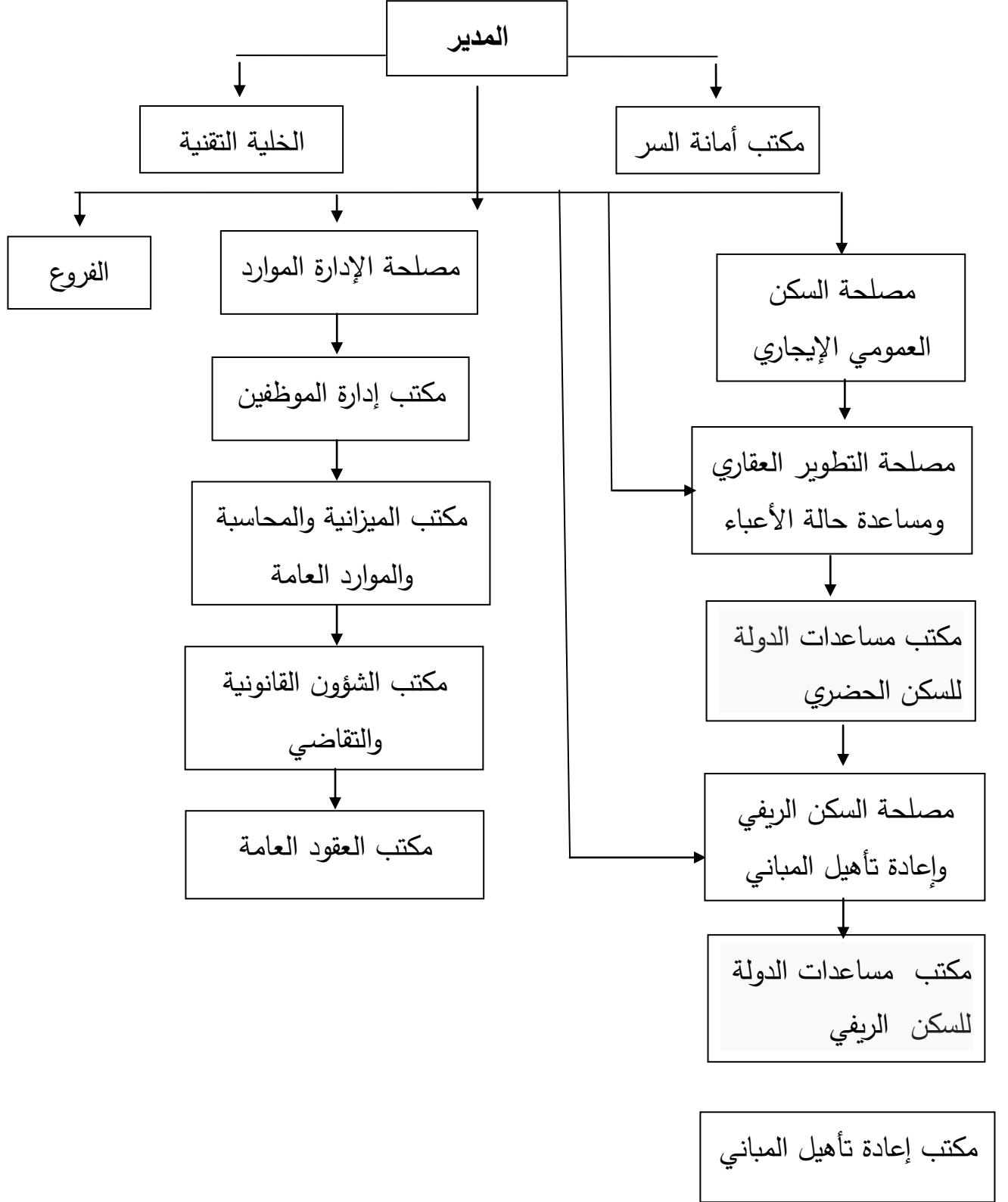
66) خلاص دحمان: الاتصال ودوره في تحقيق التواصل الإنساني في المجتمع الجزائري، دراسة تحليلية لواقع الاتصال في الأسرة الجزائرية، رسالة ماجستير، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2009/2008

67) شرفي شهره، جبار جهاد: دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي للجمهور الداخلي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، 2015/2014
خامسا: مراجع باللغة الأجنبية:

68) Aimeur Hassina: **traiter tous les segments relatifs au logement(cas Direction de logement de la wilaya de tizi ousou)**, mémoire de fin de stage en vue de l'obtention du diplôme de technicien supérieur, institut national spécialisé de formation professionnelle, Djebba Ouaguenoun, 2015/2016, p9

الملاحق

الهيكل التنظيمي لمديرية السكن لولاية تيزي وزو



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة: علوم الإعلام والاتصال



تخصص: اتصال تنظيمي

استمارة استبيان حول:

دور الاتصال الشخصي في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية

دراسة ميدانية لمديرية السكن لولاية تيزي وزو

تحت إشراف:

أ. زهرة بلحاجي

اعداد الطالبين:

ماسي لغلبيد

منوار حمار

ملاحظة: ضع (ي) علامة (x) في المكان المناسب

معلومات هذه الاستمارة سرية لا تستخدم إلا في إطار البحث العلمي

السنة الجامعية: 2021/2020

البيانات الشخصية:

1. الجنس:

أنثى

ذكر

2. العمر:

من 30 سنة إلى 39

من 20 سنة إلى 29

من 50 سنة فما فوق

من 40 سنة إلى 49

3. المستوى التعليمي:

جامعي

ثانوي

متوسط

4. الخبرة في العمل:

أكثر من 10 سنوات

من 5 إلى 10 سنوات

أقل من 5 سنوات

5. الصفة في العمل:

مؤقت

دائم

المحور الأول: أشكال ووسائل الاتصال داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو

6. ماهي طبيعة الاتصال السائد داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو ؟

اتصال رسمي اتصال غير رسمي كلاهما

7. ما هو الاتصال الغالب في مديرية السكن لولاية تيزي وزو؟

اتصال صاعد اتصال نازل اتصال افقي

8. ما هو نوع الاتصال السائد داخل مديرية السكن؟

تفاعلي في اتجاهين في اتجاه واحد على شكل أوامر معا

9. ماهي أشكال الاتصال الغالبة داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو؟

شخصي جمعي

أخرى تذكر:

10. ماهي طرق الاتصال الأكثر استخداما في مديرية السكن لولاية تيزي وزو؟

شفهية كتابية إلكترونية
المحور الثاني: أساليب و أشكال الاتصال الشخصي داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو

11. أي نوع الاتصال الشخصي يتم بين العاملين داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو؟

فردية جمعي كلاهما

12. هل يعتبر الاتصال الشخصي عامل رئيسي في عملك داخل المديرية؟

نعم لا نوعا ما

13. هل تتم مقابلات بين العاملين ذات الطابع المهني داخل المديرية ؟

دائما أحيانا نادرا

14. فيما تتمثل وسائل الاتصال الشخصي الأكثر استخداما من طرف الموظفين في

مديرية السكن لولاية تيزي

الهاتف الثابت الهاتف النقال البريد الإلكتروني
أخرى تذكر:

15. ماهي أشكال الاتصال الشخصي الأكثر استخداما في مديريتكم؟

المقابلات الشخصية الاجتماعات الزيارات و الندوات
أخرى تذكر:

المحور الثالث: مكانة الاتصال الشخصي في مديرية السكن لولاية تيزي وزو

16. هل تجد سهولة في الاتصال برئيسك؟

دائما أحيانا نادرا

17. هل تولي مديريتكم اهتماما بالاتصال الشخصي؟

نعم لا

إذا كانت إجابتك نعم هل ذلك من خلال:

إجراء دورات تدريبية لتحسين مهارات الاتصال الشخصي لدى العاملين

الاطلاع على ما هو جديد في مجال الاتصال

إرساء ثقافة الاتصال من خلال المناقشات و الندوات

أخرى تذكر:

18. في اعتقادك هل طبيعة الاتصال الشخصي في المديرية من شأنه المحافظة على العلاقات بين الموظفين؟

لا

نعم

19. حسب رأيك م هو الهدف العام من وراء الاتصال الشخصي لمديريتك؟

التنسيق بين الوظائف

كسب ثقة الجمهور الداخلي

تحسين أداء الموظفين

الحفاظ على صورة المؤسسة

20. باعتبارك موظفا في المديرية كيف تقيم الاتصال الشخصي فيها؟

ضعيف

متوسط

جيد

المحور الرابع: العلاقة بين الاتصال الشخصي والصورة الذهنية لمديرية السكن

لولاية تيزي وزو

21. ما هي وسائل الاتصال الشخصي التي بإمكانها أن تخلق نظرة جيدة عن مديرتكم؟

الاستقبال الاجتماعات الزيارات والندوات

أخرى تذكر:

22. هل هناك علاقة بين الاتصال الشخصي والصورة المشكلة عن المديرية بنسبة إليك؟

نعم لا

إذا كانت إجابتك نعم ماهي طبيعة العلاقة؟

إيجابية سلبية

23. برأيك هل تهتم مديرية السكن بتحسين صورتها لدى جمهورها الداخلي بدرجة:

كافية مقبولة غير مقبولة

24. من خلال الاتصال الشخصي هل يمكن لمديرية السكن كسب مكانة لدى

محيطها الداخلي؟

نعم لا

25. هل ترى نجاح خدمات مديرية السكن متعلق بنجاح الاتصال الشخصي؟

لا

نعم

المحور الخامس: العوائق التي تقف دون تشكيل صورة حسنة لمديرية السكن
لولاية تيزي وزو

25. برأيك هل تؤثر المشاكل و الاضطرابات الداخلية سلبا على صورة المديرية؟

لا

نعم

26. ماهي العوائق التي تحول دون تشكيل صورة ذهنية حسنة للمؤسسة؟

المشاكل الداخلية بين الموظفين

الأزمات

الاشاعات

أخرى تذكر:

27. هل المعوقات التي تحد من فاعلية الاتصال الشخصي في تشكيل صورة

المديرية لها علاقة ب:

وسائل الاتصال الشخصي

مهارات الاتصال الشخصي

طبيعة الاتصال الشخصي

ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية " دور الاتصال الشخصي في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية لدى جمهورها الداخلي" إلى محاولة الكشف عن طبيعة العلاقة بين الاتصال الشخصي والصورة الذهنية للمؤسسة الخدمائية، حيث يعتبر هذا النوع من الاتصال أمرا أساسيا بالنسبة لأي مجموعة من الأفراد، ولذلك تسعى أي مؤسسة أو هيئة إلى تكوين نظام اتصال فعال يسمح للمعلومات والخبرات والأفكار ووجهات النظر بالانسياب بين مختلف أفراد المؤسسة لضمان استمرارها، كما يمكنها من كسب ثقة أفرادها وتحسين صورتها خاصة لدى جمهورها الداخلي. ونظرا لأهمية موضوع الاتصال الشخصي والصورة الذهنية في المؤسسة الخدمائية تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول تساؤل رئيسي مفاده: **ما دور الاتصال الشخصي في تحسين صورة مديرية السكن لولاية تيزي وزو؟**، وقد تفرع عن ذلك تساؤلات فرعية جاءت كما يلي:

- ماهي أشكال و وسائل الاتصال الشخصي في مديرية السكن لولاية تيزي وزو؟
- ماهي المكانة التي يحظى بها الاتصال الشخصي في مديرية السكن لولاية تيزي وزو؟
- هل توجد علاقة بين الاتصال الشخصي والصورة الذهنية لمديرية السكن لولاية تيزي وزو؟

- ماهي العوائق التي تقف دون تشكيل صورة ذهنية حسنة عن مديرية السكن لولاية تيزي وزو؟

تم استخدام المنهج المسحي للوصول إلى المعرفة الدقيقة والتفصيلية حول مشكلة الدراسة، والتي أجريت بمديرية السكن لولاية تيزي وزو أين تم استخدام أسلوب المسح الشامل لمجتمع

الدراسة الذي تكون من 50 موظف، وقد تم تصميم استمارة كأداة رئيسية لجمع المعلومات، تكونت من 30 سؤال تغطي متغيرات الدراسة.

Résumé

L'étude présente « Le rôle de la communication personnelle dans l'amélioration de l'images de l'institution de service auprès de son public interne », pour tenter de révéler la nature de la relation la communication personnelle, et l'image mental de l'institution de service, où ce type de communication est considéré comme une chose de base pour tout groupe d'individus, et pour cela, toute institut ou organisme entend à former un système de communication efficace qui permet une fluidité aux information, aux idées et aux points de vue entre les différents membres de l'institution pour assuré sa continuité, et aussi de permettre d'acquérir la confiance de ses membres et améliore son image notamment auprès de son audience interne. Etant donner de l'importance du sujet de la communication personnelle et de l'image mental dans l'institution de service, la problématique de cette étude s'est articulée autour d'une question principale : quel est le rôle de la communication personnelle dans l'amélioration de l'image de la Direction du Logement de la Wilaya de Tizi Ouzou ?

Pour étudier cette problématique on a posé des sous-questions suivantes :

-Quels sont les formes et les moyens de communication personnelle du logement à la Direction du Logement de la Wilaya de Tizi Ouzou ?

-Quelle est la place occupée-elle la communication personnelle aux sein de la Direction du Logement de la Wilaya de Tizi Ouzou ?

-Existe-t-il une relation entre la communication personnelle et l'image mentale de la Direction du Logement de la Wilaya de Tizi Ouzou ?

-Quels sont les obstacles qui s'opposent afin de former une bonne image mentale de la Direction du Logement de la Wilaya de Tizi Ouzou ?

La méthode d'enquête a été utilisée pour parvenir à une connaissance précise et détaillée de la problématique, qui a été menée à la Direction du Logement de la Wilaya de Tizi Ouzou, où la méthode d'enquête globale a été utilisée pour la communauté d'étude, qui était composée de 50 employés.

Un questionnaire à été conçu comme un outil principal pour la collecte d'informations, et il comportait 30 questions couvrant les variables de l'étude.

فهرس الجداول والأشكال

فهرس الجداول		
الرقم	العنوان	الصفحة
1	يبين مقارنة مختصرة بين الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري	35
2	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	110
3	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	110
4	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	111
5	توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة	112
6	توزيع أفراد العينة حسب متغير الصفة في العمل	113
7	طبيعة الاتصال السائد داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو	113
8	مستوى الاتصال الغالب في مديرية السكن لولاية تيزي وزو	114
9	نوع الاتصال السائد داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو	115
10	أشكال الاتصال الغالبة داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو	116
11	يبين طرق الاتصال الأكثر استخداما داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو	116
12	يبين نوع الاتصال الشخصي الذي يتم بين العاملين داخل مديرية السكن	117
13	يبين مدى اعتبار الاتصال الشخصي عامل رئيسي داخل مديرية السكن	118
14	يبين ما إذا تتم المقابلات بين العاملين ذات طابع مهني	119
15	وسائل الاتصال الشخصي الأكثر استخداما من طرف الموظفين في مديرية السكن	120
16	أشكال الاتصال الشخصي الأكثر استخداما داخل مديرية السكن	121
17	سهولة اتصال الموظفين بالمدير	121

122	مدى اهتمام مديرية السكن لولاية تيزي وزو بالاتصال الشخصي	18
123	كيفية اهتمام مديرية السكن لولاية تيزي وزو بالاتصال الشخصي	19
123	طبيعة الاتصال الشخصي الذي من شأنه المحافظة على العلاقات بين الموظفين	20
124	الهدف العام من وراء الاتصال الشخصي داخل مديرية السكن	21
125	تقييم الموظفين لمديرية السكن لولاية تيزي وزو للاتصال الشخصي داخل المديرية	22
126	نوع وسائل الاتصال الشخصي التي بإمكانها أن تخلق نظرة جيد عن مديرية السكن	23
127	علاقة الاتصال الشخصي والصورة المشكلة لمديرية السكن لولاية تيزي وزو بالنسبة للموظف	24
127	طبيعة علاقة الاتصال الشخصي والصورة المشكلة عن مديرية السكن	25
128	مدى اهتمام مديرية السكن لولاية تيزي وزو بتحسين صورتها لدى جمهورها الداخلي	26
129	مدى إمكانية مديرية السكن لولاية تيزي وزو في كسب مكانة لدى محيطها الداخلي من خلال الاتصال الشخصي	27
130	مدى علاقة نجاح خدمات مديرية السكن لولاية تيزي وزو بنجاح عملية الاتصال الشخصي	28
130	مدى تأثير المشاكل والاضطرابات الداخلية سلبا على صورة مديرية السكن	29
131	العوائق التي تحول دون تشكيل صورة ذهنية حسنة لمديرية السكن	30
132	المعوقات التي تحد من فاعلية الاتصال الشخصي في تشكيل صورة حسنة لمديرية السكن	31
133	العلاقة بين متغير المستوى التعليمي وطرق الاتصال الأكثر استخداما في مديرية السكن لولاية تيزي وزو	32
135	العلاقة بين متغير الخبرة والاتصال الغالب في مديرية السكن	33

137	علاقة متغير الخبرة في العمل وأشكال الاتصال الأكثر استخداما في مديرية السكن	34
139	العلاقة بين متغير الخبرة في العمل والهدف العام من وراء الاتصال الشخصي داخل مديرية السكن	35
141	العلاقة بين العوائق التي تحول دون تشكيل صورة ذهنية حسنة لمديرية السكن ومتغير الخبرة في العمل	36

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
43	يبين نموذج دافيد بيرلو للاتصال الشخصي	1
44	يوضح النموذج الاتصالي شانون وويفر	2
45	يوضح نموذج كاتز الاتصالي	3
110	الهيكل التنظيمي لمديرية السكن لولاية تيزي وزو	4
111	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	5
112	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	6
113	يبين توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي	7
114	يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الخبرة	8
115	يمثل توزيع المبحوثين حسب الصفة في العمل	9
116	يبين طبيعة الاتصال السائد داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو	10
117	يبين مستوى الاتصال الغالب في مديرية السكن لولاية تيزي وزو	11
118	يبين نوع الاتصال السائد داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو	12
119	يبين أشكال الاتصال الغالبة داخل مديرية السكن لولاية تيزي وزو	13
120	يبين طرق الاتصال الأكثر استخداما داخل مديرية السكن لولاية تيزي	14

	وزو	
121	يبين نوع الاتصال الشخصي الذي يتم بين العاملين داخل مديرية السكن	15
122	يبين مدى اعتبار الاتصال الشخصي عامل رئيسي داخل مديرية السكن	16
124	يبين ما إذا تتم المقابلات بين العاملين ذات طابع مهني	17
125	يمثل وسائل الاتصال الشخصي الأكثر استخداما من طرف الموظفين في مديرية السكن	18
126	يمثل أشكال الاتصال الشخصي الأكثر استخداما داخل مديرية السكن	19
127	يبين سهولة اتصال الموظفين بالمدير	20
128	يبين مدى اهتمام مديرية السكن لولاية تيزي وزو بالاتصال الشخصي	21
129	يبين كيفية اهتمام مديرية السكن لولاية تيزي وزو بالاتصال الشخصي	22
130	يبين طبيعة الاتصال الشخصي الذي من شأنه المحافظة على العلاقات بين الموظفين	23
131	يبين الهدف العام من وراء الاتصال الشخصي داخل مديرية السكن	24
132	يبين تقييم الموظفين لمديرية السكن لولاية تيزي وزو للاتصال الشخصي	25
133	يبين نوع وسائل الاتصال الشخصي التي بإمكانها أن تخلق نظرة جيد عن مديرية السكن	26
135	يبين علاقة الاتصال الشخصي والصورة المشكلة لمديرية السكن لولاية تيزي وزو بالنسبة للموظف	27
136	يمثل طبيعة علاقة الاتصال الشخصي والصورة المشكلة عن مديرية السكن	28
137	يبين مدى اهتمام مديرية السكن لولاية تيزي وزو بتحسين صورتها لدى	29

	جمهورها الداخلي	
138	يمثل مدى إمكانية مديرية السكن لولاية تيزي وزو في كسب مكانة لدى محيطها الداخلي من خلال الاتصال الشخصي	30
139	يبين مدى علاقة نجاح خدمات مديرية السكن لولاية تيزي وزو بنجاح عملية الاتصال الشخصي	31
140	يمثل مدى تأثير المشاكل والاضطرابات الداخلية سلبا على صورة مديرية السكن لولاية تيزي وزو	32
141	يمثل العوائق التي تحول دون تشكيل صورة ذهنية حسنة لمديرية السكن لولاية تيزي وزو	33
142	يبين المعوقات التي تحد من فاعلية الاتصال الشخصي في تشكيل صورة حسنة لمديرية السكن لولاية تيزي وزو	34