



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة

كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

عنوان المذكرة:

دور المهارات الاتصالية في فعالية العلاقات العامة بالمؤسسة الاقتصادية

دراسة ميدانية بالمؤسسة المينائية - سكيكدة

مذكرة مكملة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: علاقات عامة

تحت إشراف:

د. شابي سناء

من إعداد الطالب:

• علي مسيعد نورالدين

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
د/ بالطة مريم	دكتورة	جامعة 20 أوت 1955	رئيسا
د/ شابي سناء	دكتورة	جامعة 20 أوت 1955	مشرفا ومقررا
د/ عليش حمامة	دكتورة	جامعة 20 أوت 1955	عضو مناقشا

السنة الجامعية 2024

سُبْحَانَكَ رَبَّنَا رَبِّ

في انجازه ونحن نخطي أول خطوات نجاحنا وأول خطوة نرسي عليها مستقبلنا،

نتقدم بالشكر أولاً وقبل كل شيء إلى المولى عز وجل الذي وفقنا.

كما نتقدم بجزيل الشكر والاحترام والتقدير إلى الأستاذة المشرفة على

توجيهاتها ونصائحها القيمة التي كانت عوناً لنا في إتمام هذا العمل.

كما لا ننسى كل من ساهم من قريب أو من بعيد ولو بالكلمة الطيبة

الاهداء

الحمد لله الذي وفقنا لهذا ولم نكن لنصل إليه لولا فضل

الله علينا،

أما بعد اهدي عملي هذا الى

من ناضل من أجلي لأرتاح وهياً لي أسباب النجاح، الذي

سعى جاهدا الى تربيتي وتعليمي وتوجيهي و

الوقوف الى جانبي بكل ما أوتي أبي العزيز حفظه الله ورعاه

والى من كانت سندي في السراء والضراء الى من اجتهدت

وحرصت على نشأتي وتربيتي، الى من

غمرتني بحبها وحنانها أُمي الغالية

الى كل عائلتي كل باسمه والى كل الأهل والأقارب

الى كل الأصدقاء والأحباب وكل رفقاء الدراسة

والى من ملأ قلبي ولم يسعه قلبي، الى قارئ الأسطر وكل من

اعرفهم

علي مسيعد نورالدين

ملخص الدراسة :

تعتبر المهارات الاتصالية أساسية لنجاح العلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية، حيث تلعب دوراً حاسماً في بناء الثقة وتعزيز الصورة الإيجابية للشركة أمام الجمهور والعملاء و من خلال تحليل نتائج الدراسة حول هذا الموضوع والتي اعتمدنا فيها على أخذ عينة من 30 فرد من الموظفين في المؤسسة المينائية بسكيكدة بمختلف الأقسام كما إعتدنا في تحليل بيانات الإستمارة على المنهج الاحصائي والوصفي بإستخدام برنامج الحزمة الإحصائية SPSS ، توصلنا إلى أن المهارات الاتصالية تسهم في تعزيز فعالية العلاقات العامة بشكل كبير، حيث يتمتع المحترفون في مجال العلاقات العامة بمهارات تواصل شفوية وكتابية قوية، وقدرة على التفاوض وحل النزاعات بطريقة بناءة .

وتظهر النتائج أن:

-الصدق الداخلي للمقاييس المستخدمة في تقييم العلاقات العامة، بالإضافة إلى معامل ألفا كرونباخ، تعكس مدى استقامة وموثوقية البيانات والنتائج المستخرجة، مما يبرز أهمية تطوير وتعزيز المهارات الاتصالية لدى موظفي المؤسسات الاقتصادية كجزء أساسي من استراتيجيتها لتحقيق النجاح والاستدامة في السوق.

-تطوير وتعزيز المهارات الاتصالية لدى موظفي المؤسسات الاقتصادية يؤدي إلى تحسين فعالية العلاقات العامة داخل المؤسسة.

-الصدق الداخلي ومعامل ألفا كرونباخ يعتبران مؤشرين موثوقين لجودة البيانات والنتائج في تقييم فعالية العلاقات العامة.

-الاستثمار في تطوير المهارات الاتصالية يعد استثمارًا حيويًا لتعزيز العلاقات العامة وتحقيق النجاح والاستدامة في السوق.

بالإضافة إلى ذلك، تشير النتائج إلى أن تطوير القدرات الاتصالية يساهم في بناء علاقات أكثر قوة وثقة مع العملاء والجمهور، وبالتالي يعزز سمعة ونجاح المؤسسة في سوق المنافسة.

الكلمات المفتاحية : المهارات الإتصالية , فعالية العلاقات العامة .

Résumé:

En analysant les résultats de l'étude sur ce sujet, dans laquelle nous nous sommes appuyés sur un échantillon de 30 personnes parmi les employés de la Corporation portuaire de Skikda dans différents départements, et nous nous sommes appuyés sur la méthode statistique et descriptive en utilisant le progiciel statistique SPSS, nous avons constaté que les compétences en communication contribuent à améliorer l'efficacité des relations publiques de manière significative, car les professionnels des relations publiques ont des compétences en matière de communication orale.

Les résultats montrent que :

- La fiabilité interne des échelles utilisées dans l'évaluation des relations publiques, ainsi que le coefficient alpha de Cronbach, reflètent l'étendue de la franchise et de la fiabilité des données et des résultats extraits, soulignant l'importance du développement et de l'amélioration des

compétences en communication des employés des organisations économiques en tant qu'élément essentiel de leur stratégie pour atteindre le succès et la durabilité sur le marché.

-Le développement et l'amélioration des compétences en communication des employés des organisations économiques conduisent à l'amélioration de l'efficacité des relations publiques au sein de l'organisation.

-La validité interne et le coefficient alpha de Cronbach sont des indicateurs fiables de la qualité des données et des résultats dans l'évaluation de l'efficacité des relations publiques.

-L'investissement dans le développement des compétences en communication est un investissement vital pour améliorer les relations publiques et atteindre le succès et la durabilité sur le marché.

En outre, les résultats suggèrent que le développement des capacités de communication contribue à l'établissement de relations plus fortes et plus confiantes avec les clients et le public, améliorant ainsi la réputation d'une organisation et son succès sur un marché concurrentiel.

Mots-clés : Compétences en communication, efficacité des relations

Abstract :

Communication skills are essential to the success of public relations in economic institutions, as they play a crucial role in building trust and enhancing the positive image of the company in front of the public and customers. By analysing the results of the study on this topic, in which we relied on taking a sample of 30 individuals from the employees of the Port Corporation in Skikda in various departments, and we relied on the

statistical and descriptive method using the SPSS statistical package, we found that communication skills contribute to enhancing the effectiveness of public relations significantly, as public relations professionals have oral communication skills.

The results show that:

- The internal reliability of the scales used in the evaluation of public relations, as well as Cronbach's alpha coefficient, reflect the extent of the straight forwardness and reliability of the extracted data and results, highlighting the importance of developing and enhancing the communication skills of employees of economic organisations as an essential part of their strategy to achieve success and sustainability in the market.

- Developing and enhancing the communication skills of employees of economic organisations leads to improving the effectiveness of public relations within the organisation.

- Internal validity and Cronbach's alpha are reliable indicators of the quality of data and results in assessing the effectiveness of public relations.

- Investing in the development of communication skills is a vital investment to enhance public relations and achieve success and sustainability in the market.

In addition, the findings suggest that developing communication capabilities contributes to building stronger and more trusting relationships with clients and the public, thereby enhancing an organisation's reputation and success in a competitive marketplace.

Keywords: Communication Skills, Relationship Effectiveness ,

فهرس المحتويات

ملخص الدراسة : 1

مقدمة 1

الفصل الأول : مدخل إلى موضوع الدراسة..... 3

أولا : إشكالية الدراسة..... 3

الأسئلة الفرعية..... 4

ثانيا : أهمية الدراسة..... 5

أسباب إختيار الموضوع..... 5

ثالثا : أهداف الدراسة : 6

رابعا : الدراسات السابقة : 7

1- دراسة الأولى..... 7

2-دراسة الثانية..... 8

3-دراسة الثالثة..... 9

4- المقارنة بين الدراسات السابقة..... 10

1.4- أوجه التشابه : 10

2.4- أوجه الإختلاف : 10

خامسا : تحديد المصطلحات و المفاهيم : 11

1- مفهوم مهارة 11

2- مفهوم مهارات الإتصال : 11

فهرس المحتويات

11	3- مفهوم الإتصال :
11	4- مفهوم للعلاقات العامة
11	3- مفهوم للمؤسسة الاقتصادية
12	سادسا : منهج الدراسة :
13	سابعا : المقاربة النظرية :
13	1 مفهوم النظرية البنائية الوظيفية
19	الفصل الثاني: أساسيات المهارات الاتصالية
19	تمهيد
20	أولا : ماهية الاتصال
20	1. نبذة حول الاتصال
21	2. تعريف الاتصال
22	3. مراحل الاتصال
22	1.3 مرحلة الاتصال الشفهي:
23	2.3 مرحلة الكتابة
24	3.3 مرحلة الطباعة و النشر
26	4.3 مرحلة الاتصال الحديث (الإعلام أو الاتصال الجماهيري)
27	ثانيا: المهارة
27	1. مفهوم المهارة :
28	2. خصائص المهارة

3. أهداف المهارة.....	28
ثالثا: المهارة الاتصالية.....	31
1. تعريف المهارة الاتصالية.....	31
2. أهمية المهارة الاتصالية.....	32
3. أهداف المهارة الاتصالية.....	33
4. أنواع المهارات الاتصالية.....	33
1.4 مهارات الاتصال اللفظية.....	33
2.4 مهارات الاتصال غير اللفظية.....	34
3.4 مهارات الاتصال الكتابي.....	34
4.4 مهارة الاستماع.....	34
خلاصة الفصل:.....	35
الفصل الثالث: مدخل العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية.....	37
تمهيد:.....	37
أولا: مدخل مفاهيمي.....	38
1. تعريف العلاقات العامة.....	38
1.1 مفهوم العلاقات العامة:.....	38
2.1 تعرف جمعية العلاقات العامة الأمريكية.....	39
3.1 تعريف الجمعية الدولية للعلاقات العامة.....	39
2. أهمية العلاقات العامة.....	40
3. خصائص العلاقات العامة.....	42

فهرس المحتويات

47	ثانيا : المؤسسة الاقتصادية.....
54	ثالثا : وظيفة العلاقات العامة بالمؤسسة الاقتصادية:
61	خلاصة الفصل.....
	الفصل الرابع: الدراسة الميدانية حول دور المهارات الإتصالية في فعالية العلاقات العامة في
63	المؤسسة الإقتصادية بميناء سكيكدة :
63	1- لمحة حول المؤسسة المينائية سكيكدة :
63	1.1. نظرة تاريخية للمجمع المينائي لسكيكدة:.....
65	2 - التعريف بالمؤسسة المينائية سكيكدة:
66	3-نشاط المؤسسة :
68	ثانيا: الإجراءات المنهجية لدراسة:
68	1. أدوات جمع البيانات
68	1.1 استمارة الاستبيان.....
69	2. حدود الدراسة
69	3. مجتمع وعينة الدراسة.....
69	1.3 مجتمع البحث.....
70	2.3 عينة الدراسة
71	ثالثا: تفرغ البيانات المستخلصة من الدراسة الميدانية.....
	المحور الأول: دور مهارة الاستماع لدى رجل العلاقات العامة في تحسين عملية التواصل بين
71	إدارة المؤسسة والموظفين

فهرس المحتويات

المحور الثاني: مساهمة المهارات الكتابية لرجل العلاقات العامة في الربط بين مصالح المؤسسة.....	74
المحور الثالث : دور المهارات اللفظية لرجل العلاقات العامة في دعم التواصل داخل المؤسسة.....	77
النتائج العامة.....	85
خاتمة.....	89
قائمة المراجع:.....	94
الملاحق.....	102

مقدمة

مقدمة

تعتبر المهارات الاتصالية من العناصر الأساسية التي تلعب دوراً حيوياً في فعالية العلاقات العامة داخل المؤسسات الاقتصادية ، تعتمد العلاقات العامة بشكل كبير على كيفية تواصل المؤسسة مع جمهورها الداخلي والخارجي، وتهدف إلى بناء صورة إيجابية للمؤسسة، وتعزيز الثقة والشفافية بين المؤسسة والجمهور المستهدف ، تساهم المهارات الاتصالية الفعّالة في تحسين التفاعل بين المؤسسة وعملائها من خلال التواصل الواضح والفعّال، يمكن للمؤسسة فهم احتياجات وتوقعات الموظفين بشكل أفضل، مما يساهم في تقديم خدمات ومنتجات تلبي هذه الاحتياجات وتزيد من رضا الموظفين و العملاء، و تلعب المهارات الاتصالية دوراً مهماً في إدارة الأزمات و في أوقات الأزمات، يكون التواصل الفعّال والحاسم ضرورياً لاحتواء الموقف وتقليل الأضرار على سمعة المؤسسة ، و تمكن المهارات الاتصالية الجيدة من نقل المعلومات بسرعة وبدقة، والرد على الاستفسارات والمخاوف بشكل مباشر وشفاف، و تساهم المهارات الاتصالية في تعزيز التعاون الداخلي بين الموظفين وأقسام المؤسسة التواصل الداخلي الفعّال يعزز من الروح المعنوية ويشجع على بيئة عمل إيجابية ومشجعة ، مما يؤدي إلى زيادة الإنتاجية وتحسين الأداء العام ، تُساهم المهارات الاتصالية في بناء شبكة علاقات قوية مع وسائل الإعلام وأصحاب المصالح الأخرى، يمكن للمؤسسة تحسين تغطيتها الإعلامية والحصول على دعم أوسع من المجتمع، و تُعد المهارات الاتصالية الفعّالة جوهرية في تحقيق أهداف العلاقات العامة وتعزيز سمعة المؤسسة، مما ينعكس إيجابياً على النجاح الاقتصادي للمؤسسة واستدامتها في السوق.

الفصل الأول

مدخل إلى موضوع الدراسة

الفصل الأول : مدخل إلى موضوع الدراسة

أولا : إشكالية الدراسة

شهد العالم المعلومات و الإتصال تطورا مستمرا أين أصبح يتضمن تغييرات في طرق تحليل و معالجة المعلومات و استخدامها في مجالات كالتعليم و الصحة ، و إدارة الأعمال و غيرها .

ف نجد العديد من المؤسسات باختلاف نشاطاتها تعتبر المعلومة و طرق إيصالها و الإستفادة منها عنصرا أساسيا لتحقيق أهدافها خاصة بالنسبة للمؤسسات الإقتصادية إذا تعتبر المعلومات عنصرا رئيسيا في بناء العلاقات مع العملاء و الشركاء التجاريين و تعزيز التواصل و التفاعل و التنسيق بين نشاط مختلف أقسامها .

يشير التبادل المعلومات و الإتصال إلى عملية نقل للبيانات و الخبرات بين أفراد أو مجموعات مختلفة , يمكن أن يكون هذا التبادل من خلال الكلام , الكتابة , الرسائل الإلكترونية , وسائل التواصل الإجتماعي و غيرها.....

أين يعتمد نجاح هذه العملية على فهم الرسالة بوضوح و فعالية من قبل المرسل و المتلقي , بما في ذلك تفاعل الجمهور و إستجابته للرسالة المرسلة و مع تزايد سرعة و سهولة الوصول إلى المعلومات و تحسين وسائل الإتصال و التواصل معهم من خلال وسائل الإتصال المختلفة التي تسعى إلى الربط بين المؤسسة الإقتصادية و محيطها كبناء سمعتها لدى جماهيرها عبر خلق علاقات تفاعلية و مستدامة تساهم في نجاحها و إستمراريتها في السوق و تعد العلاقات

العامة من بين الركائز الأساسية التي تلعب دورا أساسيا في تعزيز تفاعل المؤسسة الإقتصادية مع محيطها و تجسيد بيئة تواصلية ذات طابع يتسم بالتنظيم داخل و خارج المؤسسة .
ومن أجل دعم فعالية أنشطة العلاقات العامة في القيام بأدوارها داخل المؤسسة الإقتصادية يعتمد رجال العلاقات العامة ، رجل العلاقات العامة على مجموعة من المهارات الإتصالية ليتمكن من إيصال أفكار المؤسسة و التواصل مع جماهيرها المختلفة .

و من هذا المنطلق يطرح الإشكال التالي :

كيف تلعب المهارات الإتصالية دورا في تحقق فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الإقتصادية بميناء سكيكدة ؟

الأسئلة الفرعية :

1/ ما دور مهارة الإستماع لدى رجل العلاقات العامة في تحسين عملية التواصل بين إدارة المؤسسة المينائية بسكيكدة و الموظفين ؟

2/ كيف تساهم المهارات الكتابية لرجل العلاقات العامة في التنسيق بين مصالح المؤسسة المينائية بسكيكدة ؟

3/ كيف يمكن للمهارات اللفظية والغير لفظية الشفهية لرجل العلاقات العامة من مواجهة الأزمات الداخلية في مؤسسة المينائية بسكيكدة ؟

ثانيا : أهمية الدراسة

تمثل العلاقات العامة أحد أسس الجوهريّة لوجود إستمرار المؤسسات عموما و منها الإقتصادية و لأداء نشاطها المختلفة في جميع المستويات و بالنتيجة فقد لجأت هذه المؤسسات في سبيل تحقيق نموها و رفع أدائها إلى إستعمال و إستخدام و توافر المهارات الإتصالية للموظفين و العاملين لتحقيق أهداف المؤسسة .

و تحسين صورتها و إستعمال مهارات إتصالية تساعدها في توجيه نشاطاتها المختلفة و تنفيذ خططها و مشاريعها و إدارة شؤونها الداخلية و علاقاتها و تقنيات ووسائلها في تطوير قسم العلاقات العامة على مستواها و مواكبة لتطوير قسم المجتمع و متطلباته و لوجود التنافس المتزايد بين المؤسسات في جوانبه المختلفة عن طريق المهارات الإتصالية تطوير و إستمرار تطويرها مستقبلا .

أسباب إختيار الموضوع :**أسباب موضوعية :**

- إرتباط الموضوع بمجال تخصصي .
- الحاجة إلى فهم أعمق لأهمية المهارات الإتصالية في العلاقات العامة .
- الدور الكبير الذي يلعبه الإتصال ككل داخل المؤسسات .
- قلة الدراسات التي تجمع بين المهارات الإتصالية و فعالية العلاقات العامة في المؤسسات .

- تحليل موضوع المهارات الإتصالية في الوقت الحاضر .

أسباب ذاتية :

- الرغبة في معرفة كل ما يخص موضوع المهارات الإتصالية و العلاقات العامة لما له من أهمية في مجال التخصص المهني .

- الرغبة في إستكشاف هذا الموضوع بشكل أعمق لما له من فائدة في الحياة المهنية .

ثالثا : أهداف الدراسة :

- تهدف الدراسة إلى توضيح المكانة و الوظيفة التأثيرية للمهارات الإتصالية في تحقيق فعالية العلاقات العامة على مستوى المؤسسات الإقتصادية و كيف يساهم إستعمال هذه المهارات في تطوير العلاقات العامة ونجاحها ومن ثم نمو و نجاح المؤسسة الإقتصادية .

- تحليل أثر المهارات الإتصالية للقائم بالإتصال على تحسين صورة المؤسسة و توجيه الرسائل الإعلامية بفعالية .

- دراسة إستخدام وسائل الإتصال المختلفة و تأثيرها على العلاقات العامة مثل : وسائل الإتصال الإجتماعي ، الإعلام التقليدي الكلاسيكي ، و الإتصال المباشر.....إلخ .

- تقديم توصيات لتحسين المهارات الإتصالية لموظفي العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية .

-إستكشاف التحديات و العوامل التي قد تؤثر سلبا على فعالية المهارات الإتصالية في عمل قسم العلاقات العامة بالمؤسسة الإقتصادية - المؤسسة المينائية سكيكدة .

- تحديد أهم المهارات الإتصالية الناجحة لإستقطاب الجماهير و تقديم توصيات لتحسين مهارات الإتصال لذى مستخدمي العلاقات العامة .

رابعاً : الدراسات السابقة :

1- دراسة الأولى :

عنوان الدراسة : أثر مهارات الإتصال على فعالية العلاقات العامة - دراسة حالة مؤسسة إتصالات الجزائرية - بورقلة "جعرون أمينة " مذكرة تخرج ماستر في ميدان الحقوق و العلوم السياسية - جامعة قاصدي مرباح - ورقة 2017-2018 .

عالجت هذه الدراسة أثر مهارات الإتصال على فعالية العلاقات العامة بالمؤسسات ، بحيث سعت إلى معالجة كافة الجوانب ، الإدارية ، التنظيمية و الإتصالية لمهارات و أساليب ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية و الغير الحكومية ، كما سعت هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف من بينها :

- إبراز أهم المهارات الإتصالية التي يمكن لإخصائي العلاقات العامة و إستخدامها سواءا على المستوى الداخلي أو في علاقاته مع الخارج .

- معرفة المهارات الإتصالية الناجحة المعتمدة لإستقطاب الجمهور .

- التأكيد على الدور الهام الذي تلعبه العلاقات العامة في تحسين أداء المؤسسة .

و قد إعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي و منهج دراسة الحالة كما إستعانة ، بأداة لمقابلة لجمع المعلومات و البيانات حول الدراسة .

ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن للمهارات الإتصالية أثر بالغ الأهمية في تحسين العلاقات العامة بمؤسسة إتصالات الجزائر بورقلة و فعاليتها كونها تسعى إلى إبراز الصورة الإيجابية عنها ومنه نجاح المؤسسة .

2-دراسة الثانية :

عنوان الدراسة : مهارات الإتصال و دورها في دعم أنشطة العلاقات العامة داخل المؤسسة

- دراسة حالة مؤسسة إتصالات الجزائر- ولاية المدية " العيدي وحيد " ، " محمدي كريم" مذكرة ماستر في علوم الإعلام و الإتصال تخصص اتصال و علاقات عامة - جامعة يحي فارس بالمدية 2021-2022 .

حيث سعت هذه الدراسة إلى إبراز أهم المهارات الإتصالية التي يمكن لإخصائي للعلاقات العامة إستخدامها سواء على المستوى الداخلي او في علاقاته مع الخارج .
و من بين اهداف هذه الدراسة :

- معرفة مهارات الإتصال الناجحة المعتمدة لإستقطاب الجمهور .
- التاكيد على الدور الهام الذي تلعبه العلاقات العامة في تحسين أداء المؤسسة .
- تشخيص عملية الإتصال في الإطار الإجتماعي إنطلاقا من المهارات و أساليب الإتصالية.
- و قد تم الإعتماد على المنهج الوصفي في عملية جمع البيانات إضافة إلى إستعانة بأداة المقابلة و الإستبيان من اجل جمع المعلومات .
- و خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من بينها :

- تعد المهارات الإتصالية داخل و خارج المؤسسة عملية هامة جدا بحيث من خلالها يتم تزويد الموظفين بالخبرات و المعارف التي تساعد على تحقيق الأهداف المنتظمة بكفاءة و فعالية .

- تساهم المهارات الإتصالية في التقليل من حدة المشاكل و الصراعات و النزاعات التي قد تحدث في المؤسسة .

- المهارات الإتصالية تأخذ جانب تطبيقي تعتمد على التعلم و الخبرة و التدريب المستمر الدائم و الفعال قصد دعم أنشطة العلاقات العامة .

3-دراسة الثالثة :

عنوان الدراسة : مهارات الإتصال في تفعيل جهاز العلاقات العامة في المؤسسة الخدمانية

دراسة حالة بفرع موبيلس - الشريعة ولاية تبسة " الوالي نادية " مذكرة ماستر تخصص علوم الإعلام ة الإتصال تخصص إتصال تنظيمي - جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي ولاية تبسة 2022-2023 .

تتناول هذه الدراسة دور مهارات الإتصال في تفعيل جهاز العلاقات العامة في المؤسسة

الخدمانية بحيث تسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف من بينها :

- معرفة مهارات الاتصالية الناجحة في التأثير على الجمهور المتلقي .
- تشخيص العملية الإتصالية من خلال المهارات و الأساليب المستخدمة .
- معرفة الأدوات و وسائل العلاقات العامة و تأثيرها على الجمهور الداخلي للمؤسسة .

و قد إعتد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي و إستعان بأداة الملاحظة و الإستبيان في جمع المعلومات حول موضوع البحث ، و من بين النتائج التي توصلت إليها الدراسة .

- تعتبر مهارات الإتصال أحد الجوانب الأساسية في تفعيل جهاز العلاقات العامة ، و تعمل هذه المهارات القدرة على التواصل الفعال مع الجمهور و العملاء و القدرة على التعبير وتحسين العلاقات و القيم و المبادئ التي يتميز بها الجهاز ، و القدرة على إدارة الصورة الذهنية للمؤسسة و تحسينها .

4- المقارنة بين الدراسات السابقة :

1.4- أوجه التشابه :

تم التطرق في مختلف الدراسات إلى معالجة كافة الجوانب لإدارية و التنظيمية و كذا المهارات الإتصالية في جهاز العلاقات العامة في المؤسسات .

كما تم التطرق إلى دور المهارات الإتصالية في دعم أنشطة العلاقات العامة .

كما تم الإعتماد في كل من الدراسات على المنهج الوصفي لملائمته مع موضوع الدراسة .

وتم إستخداما لإستبيان في هذه الدراسة.

2.4- أوجه الإختلاف :

تم الإستعانة في كل موضوع على إستخدام أداة دراسة معينة و مختلفة عن الأخرى منها المقابلة و الملاحظة و الإستبيان .

كما تكمن أوجه الإختلاف في عدم التوافق بين الإطار الزمني و المكاني لكل دراسة .

خامسا : تحديد المصطلحات و المفاهيم :

حولنا أن نظبط بعض التعريف الإجرائية لبعض المصطلحات و هي :

1- مفهوم مهارة : تعرف المهارة بأنها القدرة على تطبيق المعلومات و المبادئ بتناسق

و إتقان مع فهم العوامل المختلفة التي تؤثر في المواقف الاجتماعية و تظهر أثناء المستويات المهنية .

2- مفهوم مهارات الإتصال : تعرف بأنها قدرة الشخص على التعبير عن أفكاره و آرائه

لفظيا بصورة واضحة مرتبطة منطقيا و تطبق مهارته غي عرض تلك الأفكار .

3- مفهوم الإتصال : هو نقل المعلومات من فرد إلى فرد حيث أنه بواسطة هذا النقل

يمكن تعديل السلوك و إحداث تغيرات لتحقيق الأهداف .

4- مفهوم للعلاقات العامة : هي نشاط إداري يقوم بنقل و تبادل المعلومات مع الجمهور

داخليا و خارجيا .

3- مفهوم للمؤسسة الاقتصادية : هي هيكل تنظيمي و إداري يتكون من عدة أقسام

و مصالح و يتميز بطابع خدماتي تجاري و لائحة تحدد أهدافها و نظام العمل بها .

سادسا : منهج الدراسة :

يعتبر المنهج "مجموعة من القواعد المنظمة لعملية التفكير والتي تسعى للحصول على نتائج

يمكن وصفها بالمنطقية " كما أنه "مجموعة من القواعد والمبادئ العامة التي يسترشد بها

الباحثون في دراستهم لظاهرة معينة" 1.

وبما أن دراستنا تتمحور حول دور المهارات الإتصالية في فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الإقتصادية فإنها تتدرج ضمن الدراسات الوصفية التي تقوم بوصف الظاهرة وعناصرها من خلال جمع البيانات وإستخلاص دلالاتها وتعميمها على موضوع الدراسة .

ووعيا منا أن إختيار المنهج لا يأتي من باب العشوائية أو رغبة الباحث المحض في إختيار منهج معين إنما ينبغي مراعات موضوع وأهداف الدراسة في تحديد المنهج المستخدم فقد تم الإعتقاد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يهتم بوصف الظواهر العلمية ثم تحليل البيانات التي تم جمعها بحيث يمكن الشرح المناسب لهذه الظواهر ومنه الوصول إلى النتائج والذي يمكن تعريفه كالتالي :

تعريف المنهج الوصفي التحليلي :

"هو طريقة من طرق التحليل والتفسير العلمي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في أرض الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها كفيها أو كميا فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها أما التعبير الكمي فيعطيها وصفا رقميا يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها" 2

¹ الهادي خالدي, المرشد المفيد في المنهجية و تقنيات البحث العلمي, الجزائر, دار هوما للطباعة والنشر والتوزيع, 1996, ص 22 .

² المشوخي حمد سليمان, تقنيات ومناهج البحث العلمي, ط1, القاهرة, دار الفكر العربي, 2002, ص 52 .

"يقوم المنهج الوصفي التحليلي على وصف ظاهرة من الظواهر للوصول إلى أسباب هذه الظاهرة و العوامل التي تتحكم فيها و إستخلاص النتائج لتعميمها"¹.

سابعاً : المقاربة النظرية :

1 مفهوم النظرية البنائية الوظيفية: شغلت البنائية الوظيفية حيزاً كبيراً في أدبيات علماء

الإجتماع خاصة في بدايات القرن العشرين ، و احتلت مكانة مرموقة نظرياته ، و هي تعتبر من بين النظريات الكبرى التي حاولت تقديم تفسيرات شاملة و واسعة النطاق تنطبق على مختلف المجتمعات ، و التي تركز مقولة ان الواقع الإجتماعي يرتبط بظروف الحياة التي يعيشها الفرد بكل تعقيداتها وأبعادها ، و من ثم فإن هذه النظرية بمختلف تفرعاتها قد ساهمت في قيم المجتمع و حركيته وما ينطوي عليه من أنساق .

إن المقصود بالبنائية الوظيفية هو كل البحوث و الدراسات التي يتمحور اهتمامها في شكل او بناء أي وحدة ، أو يكون محور الإهتمام هو الوظائف التي تؤديها الوحدة في إطار البناء العام للوحدات أو البناء الكلي² .

و البنائية الوظيفية تركز على الوظائف و الأدوار التي تقوم بها الوحدات المكونة للكل ، مثلاً إذا أردنا تطبيق مصطلح البناء على المجتمع فإننا نقول البناء الإجتماعي المراد به مجموعة

¹ العساف, أحمد صالح محمد , المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية, ط4, الرياض , 2006 ص 47 .

²قرادي محمد, مخد النظرية البنائية الوظيفية الإسلامية و النظرية البديلة , المجلد 07 , العدد 30, مجلة العلوم الاجتماعية , جامعة الأغواط , الجزائر, ص 08 , 2018.

العلاقات الإجتماعية المتباينة التي تتكامل و تنسق من خلال الأدوار الإجتماعية ، أما الوظيفة المقصود بها الدور الذي يساهم فيه الجزء في الكل .

نشأة النظرية البنائية الوظيفية : إن النظرية البنائية الوظيفية هي إتجاه قديم و حديث

في نفس الوقت ، ذلك انها تتأصل في فلسفات و أفكار و بحوث المفكرين الأوائل بداية من

أفلاطون و ابن خلدون ، كما نجد بروزها الحديث في الأعمال " تالكوت بارسونز" و غيره ، ما

يعني أنها لا تعود إلى إسهامات و جهود منفردة لمفكر بحد ذاته ، و إنما تستند إلى إرث فكري

و تاريخي ، قديم و حديث ، و أسسها نتيجة مزيج من الأفكار و خطط فكرية و إجتماعية

مختلفة ، من العصر القديم إلى العصور الوسطى وصولاً إلى العصر الحديث ، و من الفكر

اليوناني و الروماني إلى الفكر الإسلامي و الفكر المسيحي ، لكنها برزت في النهاية كثمرة

للفكر الوضعي ما سمح لها أن تستمد قوة مشارب مكانتها من تسيد مسرح الفكر الغربي

لعقود ، قبل أن تباغتها سهام النقد من مختلف التيارات الفكرية الجديدة ، فتراجعت هيمنة هذه

النظرية بداية سبعينيات القرن الماضي بسبب إكتساح موضوع النظرية الإجتماعية و نظريات

أخرى كعلم الإجتماع الديناميكي ، و علم اجتماع التنظيمات ، الفردوية المنجية ، و البنيوية

الوظيفية ، لترزح مقولاتها التفسيرية برؤى بديلة¹ .

¹عربي محمد ، قلواز إبراهيم ، النظرية البنائية الوظيفية : نحو رؤية جديدة لتفسير الظاهرة الاجتماعية ، مجلد 01 ، العدد

03 ، مجلت التمكين الاجتماعي ، المركز الجامعي تيسمسيلت ، الجزائر ، 2019 ، ص 165.

مبادئ و أسس النظرية البنائية الوظيفية :

-ترتكز البنائية الوظيفية على عدد من المبادئ الأساسية :

1- معرفة المتعلم السابقة هي محور الارتكاز في عملية التعليم ، و ذلك كون الفرد و تكوين معرفته في ضوء خبراته السابقة .

2- إن المتعلم يبني معنى لما يتعلمه بنفسه بناءا ذاتيا ، حيث يتشكل المعنى داخل بنيته المعرفية من خلال تفاعل ، (حواسه) مع العالم الخارجي (أو البيئة الخارجية) من خلال تزويده بمعلومات و خبرات تمكنه من ربط المعلومات الجديدة بما لديه و بشكل يتفق مع المعنى العلمي الصحيح .

3 - لا يحدث تعلم ما لم يحدث تغيير في بنية الفرد المعرفية ، حيث يعاد تنظيم الأفكار و الخبرات الموجودة بها عند دخول معلومات جديدة .

4 - إن التعلم يحدث على أفضل وجه عندما يواجه الفرد (المتعلم) مشكلة أو موقفا أو مهمة حقيقية واقعية.

5 - لا يبني المتعلم معرفته بمعزل عن الآخرين ، بل يبننها من خلال التفاوض الإجتماعي معهم ، و في ضوء ماسبق و اعتمادا عليه و امتدادا له¹ .

¹ سامية بودير ، سهام بن سعيد ، إسقاط التعليمي لمبادئ النظرية البنائية في التعليم الثانوي ، مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر تخصص تعليمية اللغات ، جامعة ابن خلدون ، تيارت ، الجزائر ، 2022 ، ص 23 .

- إسقاط النظرية

تسليط الضوء على النظرية البنائية الوظيفية على دراسة دور المهارات الإتصالية في فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الإقتصادية من خلال تحليل كيفية تطور و تنظيم الإتصالات داخل المؤسسة ، يمكن إستخدام النظرية لفهم كيفية تبادل المعلومات بين الأطراف المختلفة و كيف يؤثر ذلك على صورة المؤسسة و علاقتها بالجمهور بالمجتمع بشكل عام .

- تحليل البنية الوظيفية يمكن أن تساعد في تحديد الجوانب القوية و الضعيفة في الإتصال داخل المؤسسة و توجيه الجهود نحو تعزيز فعالية و تحسين العلاقات العامة .

- كما أن النظرية البنائية الوظيفية تسلط الضوء على كيفية تبادل المعلومات و التواصل داخل المؤسسة الإقتصادية ، و يمكن التركيز عليها لفهم دور المهارات الإتصالية في تعزيز العلاقات العامة ، على سبيل المثال : يمكن دراسة كيفية إستخدام المهارات الإتصالية لبناء الثقة و التفاهم بين الموظفين و العملاء و الجمهور الخارجي و كيف يؤثر ذلك على سمعة المؤسسة و تأثيرها في السوق و المجتمع ، من خلال تحليل البنية الوظيفية يمكن تحديد القنوات و العمليات التي تعزز فعالية الإتصال و تساهم في تحقيق أهداف المؤسسة الإقتصادية .

- و يمكن أيضا إستخدام النظرية البنائية الوظيفية لتحليل كيفية تنظيم و توجيه الإتصال داخل المؤسسة مثل : الهياكل التنظيمية و توزيع السلطة و المسؤوليات ، علاوة على ذلك يمكن إستخدام النظرية لفهم تأثير العوامل الثقافية و الإجتماعية على عملية الإتصال داخل

المؤسسة و كيفية تكوين العلاقات بين الأفراد و الأقسام المختلفة ، بالإعتماد على تطبيقات النظرية البنائية الوظيفية ، يمكن تطوير إستراتيجيات لتحسين الإتصالات و تعزيز فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الإقتصادية .

الفصل الثاني

المهارات الاتصالية

الفصل الثاني: أساسيات المهارات الاتصالية

تمهيد

المهارات الاتصالية هي أحد أهم العوامل التي تحدد نجاح الفرد في مختلف جوانب الحياة، سواء في العمل، العلاقات الشخصية، أو المجتمع بشكل عام، فهي تمثل القدرة على تبادل الأفكار والمشاعر بفعالية وفهم، سواء كان ذلك عبر الكلام، الكتابة، أو الاستماع. تشمل المهارات الاتصالية العديد من الجوانب مثل التواصل غير اللفظي مثل لغة الجسد والتعبير الوجهية، وكذلك القدرة على فهم مشاعر الآخرين والتعبير عن مشاعرك بوضوح.

بفضل المهارات الاتصالية القوية، يمكن للفرد التفاعل بشكل أفضل مع الآخرين، وبناء علاقات متينة وصحية، سواء في العمل أو في الحياة الشخصية، كما أنها تلعب دوراً حاسماً في نجاح الفرد في بيئة العمل، حيث يمكن لمهارات الاتصال الفعالة أن تسهم في تحسين التفاهم بين أفراد الفريق، وتعزيز التعاون، وزيادة الإنتاجية.

علاوة على ذلك، تعتبر المهارات الاتصالية أداة قوية في بناء الثقة بالنفس و تعزيز الثقة في الآخرين، مما يسهم في تحقيق الأهداف الشخصية و المهنية بنجاح، و بالنظر إلى التطورات السريعة في عصرنا الحالي الذي يعتمد بشكل كبير على التواصل الإلكتروني و وسائل التواصل الاجتماعي، فإن أهمية تنمية وتطوير المهارات الاتصالية لا تزال تزداد يوماً بعد يوم.

مع كل هذا، يمكن القول إن الاستثمار في تطوير المهارات الاتصالية يعد استثماراً ذكياً يساعد على تحسين جودة الحياة الشخصية و المهنية، ويساهم في بناء مجتمعات أكثر تفاهماً و تقدماً.

أولاً : ماهية الاتصال

يعتمد نجاح الاتصال على فهم مشترك بين الطرفين، و هذا يشمل فهم الرسالة المرسله، و قدرة الطرفين على التعبير بوضوح و فهم بشكل صحيح ، بالإضافة إلى ذلك ، يشمل الاتصال أيضاً القدرة على الاستماع بفعالية و التفاعل بشكل مناسب ، مما يتيح بناء علاقات صحية و إيجابية.

1. نبذة حول الاتصال

يتميز المجتمع الإنساني بأنه مجتمع اتصالي و المجتمع البشري في جزء من أساسه هو ظاهرة اتصالية بحتة ، و تعمل على تحقق الهدف الإنساني من التجمع من ناحية أخرى ، و من غير الطبيعي أن يظهر تجمع بشري من دون أن يكون هناك اتصال يهيئ له هذا الوجود، فالاتصال جزء من الحياة الطبيعية للمجتمع الإنساني و الذي من دونه تنعدم أسباب الحياة الاجتماعية من أساسها ، فمن خلال أساليب الاتصال بين أفراد المجتمع يتم تداول و إثراء المعايير الثقافية و العلمية الخاصة بالمجتمع و المحافظة عليها و ترحيلها من جيل إلى آخر، ففي ظل وجود الإنسان داخل تجمعات بشرية يتعايش فيها مع الآخرين فإنه حتماً وبالضرورة سيتفاعل و يتصل بمن حوله من كيانات بشرية ، فالإنسان فاعل اتصالي وهذا ما جعله فاعل اجتماعي ينخرط ضمن المجتمع و يندمج فيه¹ .

و يؤثر الاتصال في الأفراد بشكل أو بآخر، و يعد الاتصال من السمات الإنسانية الأساسية سواء كان على شكل صور أم موسيقى أو كان اتصالاً فعلياً أم مستتراً ، إعلامياً أم إقناعه مقصوداً أم عشوائياً ، فالاتصال هو القناة التي تربطنا بالإنسانية و هو الذي يمهد لكل

¹وسام فاضل راضي ، مهند حميد التميمي ، الاتصال ووسائله ، دار الكتاب الجامعي ، ط 1 ، لبنان ، 2017، ص ، ص

ما نقوم به من أفعال ونشاطات ، وإن الاتصال لا يعني مجرد توجيه رسالة من طرف إلى آخر، وهي العملية التي يمكن أن يطلق عليها البث أو النشر أو الإرسال ، كما لا بد للاتصال أن يتلقى من الطرف الثاني رداً فورياً أو مؤجلاً على رسالته ، وإذا انقطعت ردود الأفعال أصبح الاتصال أحادي الاتجاه .

ويمثل الاتصال العملية الرئيسية التي يمكن أن تنطوي على عمليات فرعية أو أوجه نشاطات متنوعة والتي قد تختلف من حيث الأهداف أو المميزات ، لكنها تتفق جميعاً فيما بينها في أنها "عمليات اتصال بالجمهير" ومن هذه الأنشطة هي : الإعلام بأنواعه و مستوياته ، والدعاية بألوانها ، وأنواعها ، والعلاقات العامة و الحرب النفسية و غيرها من الأنشطة الاتصالية الأخرى ، والتي تستهدف كل منها تحقيق غايات و أهداف معينة في مجالات متنوعة قد تختلف عن غايات و أهداف و أوجه النشاطات الأخرى ، إلا أن الاتصال يعد المتغير الرئيس الذي يربطها جميعها ، وذلك لكون جميع تلك الأنشطة اتصالية و التي تستخدم فنون الاتصال و وسائله و تقنياته في تحقيق أهدافها¹.

2. تعريف الاتصال

اتفق الباحثون و المهتمون بمجال الإعلام و الاتصال على أن الاتصال "هو عملية نقل المعلومات من شخص إلى آخر أو آخرون"².

كما عرف على أنه "عبارة عن تبادل الأفكار والآراء و المعلومات بين الأفراد بواسطة الوسائل الشفهية ، و غير الشفهية و ذلك للتأثير على السلوك و تحقيق النتائج المطلوبة"³.
ومن هنا يمكننا تعريف الاتصال على أنه :

¹وسام فاضل راضي ، نفس المرجع السابق ، ص 22 .

²بشير العلق ، الاتصال في المنظمات العامة ، دار اليازوري ، ط1 ، الأردن – عمان ، 2009 ، ص 36 .

³شعبان فرج ، الاتصالات الإدارية ، دار أسامة ، ط 1 ، عمان ، 2009 ، ص 05.

هو عملية أساسية للتفاعل والتواصل بين الأفراد أو الكيانات المختلفة في العالم ، يعتبر الاتصال وسيلة أساسية لنقل المعرفة والمعلومات ، وتبادل الأفكار والمشاعر ، وبناء العلاقات الاجتماعية والشخصية .

يمكن أن يكون الاتصال عبر مجموعة متنوعة من الوسائط ، بما في ذلك اللغة الشفهية و الكتابية ، و الإشارات ، و التعبير الجسدية ، وحتى الوسائط الرقمية مثل الهواتف الذكية و البريد الإلكتروني و وسائل التواصل الاجتماعي .

3. مراحل الاتصال

يمكن التمييز بين عدة مراحل تاريخية لتطور عملية الاتصال و هذه المراحل أشار إليها "مارشال ماكلوهان" و هي:

- مرحلة الاتصال الشفهي
- مرحلة الكتابة
- مرحلة الطباعة و النشر
- مرحلة الاتصال الحديث (الإعلام أو الاتصال الجماهيري)¹.

1.3 مرحلة الاتصال الشفهي:

مند آلاف السنين و قبل ميلاد عيسى عليه السلام عرفت منطقة واد النيل و العراق و الشام حضارات قديمة ، حيث كانت الزراعة و تربية المواشي أكثر ما يعتمد عليه من أجل البقاء ، و ما ساعد الناس على التأقلم مع بعضهم البعض هو وجود لغة تخاطب مكنتهم من حل نزاعاتهم الشخصية و التفرغ لبناء حضارة إنسانية لا يمكن لها أن تقوم دون لغة ، و كانت الرموز التصويرية حاضرة من خلال رسومات بدائية يتم حفرها على الحجارة ، و هي الخطوة

¹الدرع نعيمة ، محاضرات في مقياس تكنولوجيا الاتصال ، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية ، جامعة تلمسان ، 2020 ، ص 8.

الأولى في تعلم الكتابة ، فتحسن الاتصال بين الأشخاص و الجماعات ، و مع ظهور اللغات و اللهجات استحدث الإنسان أول نشرة أخبار عرفها التاريخ تمثلت في شخص المنادي الذي ينتقل من مكان إلى آخر و يجذب انتباه الجماعة بإلقاء الأخبار أو المعلومات التي كلف بتوصيلها و بنفس الأسلوب ظهر أو استخدم الاتصال للترفيه و التعليم و التثقيف و ظهرت لأول مرة مهنة الرواة و الشعراء ، و كان يعتمد في انتقال الرسالة المنطوقة من مكان لآخر بواسطة أشخاص لهم قدرات خاصة من حيث سرعة العدو و القدرة و اللياقة البدنية¹.

2.3 مرحلة الكتابة

مع ظهور الأبجديات المسمارية أو السومرية وتلتها الهيروغليفية عند الفراعنة (مصر) فقد مرت الكتابة بالمراحل الآتية :

- مرحلة الكتابة التصويرية

- مرحلة الكتابة على أساس النطق

- مرحلة الكتابة الألف بائية

و مع ظهور الكتابة بزغ فجر عصر جديد من الاتصال المباشر بين البشر، حيث بدأ استخدام المراسلين و العدائين أو على ظهر الجواد لحمل رسائل مكتوبة من مكان لآخر سواء بالأسلوب المباشر أو بأسلوب التتابع ، فاستخدام الحمام الزاجل².

¹لدرع نعيمة ، نفس المرجع السابق ، ص 8.

²لدرع نعيمة ، نفس المرجع السابق ، ص 8.

3.3 مرحلة الطباعة و النشر

خلال عصر النهضة (بداية الطباعة) : بدأت الطباعة في الغرب خلال عصر النهضة الأوروبية الذي كان عهد نشاط فكري امتد في كل مكان في أوروبا من القرن الرابع عشر إلى القرن السابع عشر الميلاديين .

و قد أوجدت الصحوة الفكرية لعصر النهضة إقبالاً على الكتب لم يستطع النسخ باليد مجاراته ، وقد حلّت هذه المشكلة باختراع الطباعة التي كانت معروفة منذ قرون في آسيا و لدى المسلم ينفي الأندلس ، و لكنها لم تكتشف في أوروبا حتى القرن الخامس عشر الميلادي ، انظر العلوم عند العرب و المسلمين ، طباعة الورق .

لم يطبع الأوروبيون الأوائل الكتب ، و لكنهم طبعوا بدلاً من ذلك أوراق اللعب التي كانت مطلوبة بشدة ، فقد كان الفنان يقوم بنحت صورة بارزة لورقة لعب على كتلة من الخشب ، ثم يقوم الطابع بوضع الحبر على الصورة البارزة و يضغط ورقة لعب فارغة عليها فتنتقل الصورة على الورقة .

و سرعان ما استخدم الطابعون هذه الطريقة المسماة الرسم أو الطباعة بالكتل الخشبية لعمل الكتب بالإضافة إلى أوراق اللعب ، ولكن نقش كل كلمة على الكتلة الخشبية كان يستغرق وقتاً طويلاً .

و قد جعل اختراع الحروف القابلة للتحريك الطباعة أسرع بكثير، لأن الحروف المنقوشة نفسها يمكن استخدامها مرارا فيمكن للطابع بعد طبع صفحة ، فصل الحروف المطبعية ثم إعادة ترتيبها.

الطبع عن طريق الحروف المطبعية المتحركة ، اخترعت الحروف المتحركة في آسيا خلال القرن الحادي عشر الميلادي ، و في أوروبا خلال القرن الخامس عشر الميلادي ، و قد وجدت الطباعة بالحروف للمطبعية القابلة للتحريك في آسيا منذ القرن الحادي عشر

للميلادي ، و لكن هذا الاختراع لم ينتقل إلى أوروبا في ذلك الوقت ، ويعتبر أغلب المؤرخين (جوهانس جوتنبرج) الذي كان حدادًا ألمانيًا مخترع حروف الطباعة القابلة للتحريك في أوروبا¹.
 ففي منتصف القرن الخامس عشر الميلادي ، قام جوتنبرج بتجميع عدة اختراعات ليوجد نظامًا جديدًا كاملًا للطباعة ، فقام بعمل قطع منفصلة من حروف الطباعة القابلة للتحريك جاعلا لكل حرف نموذجًا صغيرًا وآخر كبيرًا ، و قام بصف حروف الطباعة داخل إطار (صندوق الصف) لتكوين الصفحات ، كما أوجد حبرًا خاصًا به من الألوان والصبغات و للمواد الأخرى ، و حول معصرة خمر كان يمتلكها إلى مبنى للطباعة يعتبر الأول من نوعه في أوروبا ، و كان جوتنبرج قد وجد صعوبة في الحصول يدون على نسخ منتظمة الطبع ، ولكن آلة الطباعة الجديدة جعلت بالإمكان وضع ضغط منتظم على الصفحة و سرعان ما أصبحت الطباعة أهم وسائل الاتصال الجماهيري ، و اختفى فن النسخ باليد و لكن الكثير من الناس تخوفوا أن يكون فن الطباعة الجديد سحرًا شريرا جاء عن طريق الشيطان و لم يستطيعوا أن يستوعبوا كيف يمكن إنتاج الكتب بهذه السرعة ، أو كيف يمكن أن تبدو كل النسخ متشابهة تماما و لتهدئة مخاوف الناس ، ركز الطابعون الأوائل على إنتاج العهدين القديم والجديد ، والكتب الدينية بدلاً من الأعمال العلمية ، أو الكتابات الأخرى .

لقد مكن العدد الكبير من الأناجيل المطبوعة الكثير من النصارى من قراءة الكتب المقدسة بأنفسهم و نتيجة لذلك بدأ بعضهم في التساؤل عن بعض تصرفات الكنيسة الرومانية الكاثوليكية و بهذه الطريقة ساعدت الطباعة على مولد الإصلاح الديني البروتستانتي في القرن السادس عشر الميلادي ، وقد بدأت هذه الحركة محاولة لتقويم الكنيسة الكاثوليكية ، و انتهت بتأسيس البروتستانتية.

¹عبد الرحمان نشادي ، تكنولوجيا الاعلام و الاتصال ، محاضرات منشورة ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة

الخدمات البريدية أنشئت في القرن الثامن عشر الميلادي في بلاد عديدة ، وكان ناقل البريد- الذي يظهر هنا - ينقل البريد بين بوسطن والمقاطعات الأمريكية الأخرى¹.

4.3 مرحلة الاتصال الحديث (الإعلام أو الاتصال الجماهيري)

شهد القرن التاسع عشر معالم ثورة وسائل الاتصال الجماهيرية التي اكتمل نموها في النصف الأول من القرن العشرين ، ففي عام 1823م اكتشف العالم وليم سترجون الموجات الكهرومغناطيسية ، و استطاع مورس اختراع التلغراف عام 1837م ، و كذلك اخترع جراهام بيل التلفون عام 1882م لنقل الصوت الى مسافات بعيدة مستخدما تكنولوجيا التلغراف ، وفي عام 1895م شاهد الجمهور الفرنسي أول العروض السينمائية ثم اصبحت السينما ناطقة منذ عام 1982م ، و في عام 1892م استطاع العالم الايطالي ماركوني اختراع اللاسلكي وكانت تلك هي المرة الأولى التي ينتقل فيها الصوت الى مسافات بعيدة من دون استخدام الاسلاك و كان الألمان و الكنديون اول من بدأ في توجيه خدمات الاذاعة الصوتية المنتظمة عام 1919م ثم تبعهم الولايات المتحدة في عام 1920م ، و في عام 1940م بدأت خدمات التلفزيون التجاري في الولايات المتحدة ، و خلال القرن العشرين اكتسبت وسائل الاتصال الجماهيرية اهمية كبيرة و خاصة الوسائل الالكترونية باعتبارها قنوات اساسية لنقل الاخبار و المعلومات و الترفيه .

2. العصر التفاعلي

شهد النصف الثاني من القرن العشرين من اشكال تكنولوجيا الاتصال ما يتضاءل امامه كل ما تحقق في عدة قرون سابقة ، و لعل من ابرز مظاهر تلك التكنولوجيا ذلك الاندماج الذي حدث بين تكنولوجيا الحاسبات الالكترونية و استخدامها في تخزين و استرجاع كل ما انتجه

¹عبد الرحمان نشادي ، نفس المرجع السابق ، ص 14.

الفكر البشري بأسرع وقت ممكن و في اقل حيز متاح و تكنولوجيا الأقمار الصناعية التي ساعدت على نقل الرسائل بشتى صورها للدول و القارات بشكل فوري¹.

ثانياً: المهارة

1. مفهوم المهارة : تعرف المهارة على أنها هي مجموعة من القدرات الأساسية توصف أحياناً بالذكاء الوجداني و مهارتها العشر هي (الوعي الذاتي ، التعاطف ، التواصل بفاعلية ، العلاقات الشخصية ، القدرة على إدارة العواطف التعامل مع الضغوط التفكير الإبداعي التفكير الناقد ، اتخاذ القرار، و حل المشكلات).

وتعرف على أنها هي مجموعة من الأنشطة و القدرات و السلوكيات و الوسائل و الطرق و الكفاءات التي يمتلكها الفرد و التي تساعده على التفاعل الايجابي و التكيف و التعامل بفاعلية مع متطلبات و تحديات الحياة اليومية².

المهارة في الحياة العامة هي القدرة الفنية او النوعية على انجاز عمل ما و عليه نجد هنالك العديد من المسميات التي تحتوي على مصطلح المهارة و منها على سبيل المثال ، مهارة المعلم مهارة المهندس ، مهارة التاجر الخ .

إن لفظ مهارة يشير إلى الأداء المتميز ذو المستوى الرفيع في كافة مجالات الحياة و هو بذلك يشمل كافة الأداءات الناجحة للتوصل الى الأهداف سبق تحديدها شريطة ان يتميز هذا الأداء بالإتقان و الثقة³.

¹يسرى خالد ابراهيم ، وآخرون ، نظريات الاتصال ، ط 2 ، كلية الإعلام بغداد ، العراق ، د ، س ، ص ، ص 11 ، 12.

²ميساء محمد مصطفى أحمد، "أثر استخدام بعض تطبيقات الويب في مقرر تكنولوجيا التعليم على تنمية بعض المهارات الحياتية لدى طلاب الفرقة الثانية شعبة الفلسفة والاجتماع بكلية التربية"، كلية التربية ، جامعة بنها ، مصر ، 2017، ص10.

³مازن عبد الهادي و آخرون ، المهارة الحركية ، ط1 ، جامعة بابل ، العراق ، 2022، ص22.

2. خصائص المهارة

يتفق كل من تغريد عمران و آخرون ، وفايز أبو حجر على أن للمهارات مجموعة من الخصائص منها ما يلي :

- التنوع و الشمولية : فالمهارات الحياتية تشمل كل من الجوانب المادية و غير المادية المرتبطة بأساليب إشباع الفرد لاحتياجاته و المتطلبات تفاعله مع الحياة و تطويره له .
- أنها تختلف من مجتمع لآخر تبعا لطبيعة كل مجتمع و درجة تقدمه و تختلف من فترة زمنية لأخرى .
- أنها تعتمد على الطبيعة التبادلية بين الفرد و المجتمع و بين المجتمع و الفرد و درجة تأثير كل منهما على الآخر.
- أنها تستهدف مساعدة الفرد على التفاعل الناجح مع الحياة وتطوير أساليب معاشته للحياة و ما يتبع ذلك من ضرورة التفاعل مع مواقف الحياة بأساليب جديدة متطورة¹.

3. أهداف المهارة

تشمل أهداف المهارة في:

- . مقاومة السلبيات التي تواجه الفرد .
- . استثمار الجهد في الأشياء التي يمكن القيام بها.
- . تنظيم الوقت فيما يمكن فعله.
- . تقدير الآخرين و احترامهم.

¹رغد الزامل د ، مهارات الحياة ، فريق عون ، 2021 ، ص 3 .

- . احترام وجهات النظر دون التعصب .
- . إصلاح ما يفسده الدهر .
- . ثقة الفرد بنفسه : تعد الشخصية الواثقة و القوية التي تستطيع التعبير عن الذات دون الشك فيها ، حيث صاحب الشخصية القوية يوم بإلهام .
- . الأشخاص من حوله و يستطيع السيطرة على الأمور المتعددة ، وهناك العديد من السبل لزيادة الثقة بالنفس، مثل عدم السعي نحو رضا الآخرين.
- . تحمل الضغوطات و التركيز .
- . القدرة على التكيف مع البيئة المحيطة و المتغيرات .
- . الحرص على إتمام طموحه و تحقيق أهدافه .
- . القدرة على تحمل المسؤولية في كل جوانب الحياة الشخصية و الاجتماعية و العملية .
- . امتلاك الطموح و الإبداع في التعامل مع المشاكل .
- . القدرة على التكيف مع كل ما هو جديد على جميع الأصعدة .
- . الصدق و النزاهة و التقاني : يستطيع الشخص من خلالها أن يصبح نفسه أمام المجتمع و لا يكون متصنعاً .
- . التحلي بالمنطق يتخذ القرار بناءً على الأشياء الملموسة و ليس التخيل .
- . التحفيز الذاتي و التفاؤل : حيث يمتلك الشخص أملاً و ثقة في المستقبل و لديه الرغبة الحقيقية بأن يكون أفضل كل يوم .
- . الانفتاح بحيث يستطيع الشخص قبول كل الناس باختلافاتهم .

- . الاستمرارية و العزيمة و المثابرة هذه الصفات تساعد على الاستمرار و الالتزام بالمبدأ من أجل الوصول إلى الأهداف¹.
- . القدرة على الحصول على ثقة الآخرين و الاحترام من خلال الحرص على أن تتوافق أفعال الشخص مع أقواله و الالتزام بمبادئه .
- . القدرة على العمل في فريق .
- . القدرة على التفاعل مع مختلف الشخصيات .
- . قيادة فرق العمل و توجيهها .
- . استثمار و إدارة الوقت .
- . حل المشكلات الحياتية بكفاءة .
- الاستماع الفعال .
- . القدرة على التخطيط العلمي .
- . القدرة على تحية الناس على اختلاف عقائدهم .
- . التبسم في وجه الإنسان عند تحيته .
- . التصرف حسب مقتضيات المجتمع و عاداته .²

¹سالم حسن باناصر، المهارات الحياتية وتأثيرها على الفرد ، المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية ، المجلد 10، العدد 3 ، 2021 ، ص، 735.

²سالم حسن باناصر، نفس المرجع السابق ، ص 736.

ثالثا: المهارة الاتصالية

1. تعريف المهارة الاتصالية

بداية تعددت تعريفات الاتصال من باحث و من تخصص لآخر، لكن عموما يعرف على أنه عملية تبادل و انتقال المعلومات و البيانات و الآراء و المشاعر بين طرفين بقصد التأثير و إحداث استجابة و لا يتم الاتصال إلا بتوفر مجموعة من العناصر تتمثل في وجود هدف لعملية الاتصال ، و ضرورة وجود طرفين يتمثلان في مرسل و مستقبل ، وأهم عنصر هو وجود رسالة يتم نقلها بين الطرفين بواسطة قناة أو أداة اتصالية .

يتميز الاتصال بأنه عملية مستمرة غير منتهية و متكاملة العناصر، بالإضافة إلى أنه عملية رمزية تعمل على اخراج الأفكار و الآراء والمعلومات من ذهن المرسل في صورة رموز و إرسالها للمستقبل الذي يقوم بحلها ، كما أنه عملية ديناميكية تفاعلية يتم تبادل الادوار بين طرفيها حيث أن المرسل يصبح مستقبلا و العكس فالالاتصال ضرورة حتمية يحتاجها الانسان للتواصل مع محيطه و يضمن استمرار تواجده بشتى الأساليب سواء شفوية أو مكتوبة و حتى الكترونية .

أما المهارات الاتصالية فهي مهمة تكتسب من خلال التعلم و الممارسة و المهارة نشاط متعلم غير وراثي ، أي تعني القدرة على عمل شيء بصورة جيدة أو بدرجة عالية من الاتقان بوقت و تكلفة و مجهود أقل و المهارة تتطور من خلال الممارسة و التدرب فهي مجموعة من سلوكيات و مظاهر و قدرات تتعلق باتصال مع الآخرين ، و تتيح فرصة للفرد أن يتفاعل

بكفاءة و يؤثر في الآخرين كما تتضمن مجموعة من العمليات التي تنتظم داخل نمط معين و تتطلب نشاطا جسميا أو عقلا كما ترتبط أيضا بالتقائية¹.

كما يعرفها "علاء الدين محمد عفيفي" على أنها مجموعة من السلوكيات التي يتعلمها الفرد من البيئة و التي تمكنه من التكيف مع المجتمع لتجنبه الاستنتاجات المؤدية إلى العقوبة أو النبذ من الآخرين كما تدفعه على إدراك حاجات ورغبات و انطباعات الآخرين بدقة و تؤدي إلى تحقيق أهدافه التي يقبلها المجتمع .

أما "محمد سيد فهمي" فيعتبرها أنها تلك القدرات التي لا تظهر بوضوح إلا عند الممارسة أي قيامه بمساعدة الجماعة و أعضائها فعلا².

2. أهمية المهارة الاتصالية

يمثل الإتصال لب العلاقات الإجتماعية و بقدر نجاح الفرد في الإتصال مع الآخرين بقدر نجاحه في الحياة ، حيث ينعكس ذلك على صحته النفسية و الاجتماعية ، و بقدر نجاح الأمم في تواصلها مع ماضيها بتراثه و ثقافته و في الإتصال مع الأمم الأخرى بقدر نجاحها في البقاء و الاستمرارية و التطور³.

¹علي ساهي، عائشة قره، المهارات الاتصالية للإعلاميين ودورها في تنمية الوعي البيئي، مجلة العلوم الإدارية والمالية، المجلد 3، العدد 1، 2019، ص84.

²علي ساهي، عائشة قره، نفس المرجع السابق ، ص84.

³ دلشاد محمد علي ، مهارات الاتصال لدى رؤساء الاقسام الأكاديمية لي جامعة الموصل من وجهة نظر أعضاء الهيئة التدريسية ، مجلة نسق ، مجلد 38، العدد 7، 2023، ص712.

3. أهداف المهارة الاتصالية

- . نقل المعلومات والتأكد من تحقيق التعاون بين الأفراد .
- . تحقيق التفاهم بين الإدارة والعاملين وبين أعضاء الإدارة العليا .
- . قيادة و توجيه الأفراد و التنسيق بين جهودهم و تحفيزهم على العمل.
- . إقامة ثقة و احترام و تفاهم بين المؤسسة و المجتمع .
- . تهيئة المناخ التنظيمي الجيد لتحقيق الرضا في العمل و رفع روح المعنوية¹.

4. أنواع المهارات الاتصالية

تتضمن مهارة الاتصال بعددين هما: المعرفي و السلوكي و يختص البعد المعرفي بعملية التوعية و المعالجة الذهنية للمعلومات الوعي بين الأشخاص ، وجهات النظر الاجتماعية، و البني المعرفي و المراقبة الذاتية و التعاطف... إلخ) و يختص البعد السلوكي بمظاهر مختلفة تتضمن المشاركة في التفاعل و مرونة السلوك ، والاستماع وأسلوب الاتصال ، و المكونات السلوكية الأخرى ، و تحدث عملية تطوير مهارات الاتصال كجزء من التنشئة الاجتماعية أو من خلال إجراءات تعليمية معينة .

و هناك عدة أنواع لمهارات الاتصال منها ما يقسم إلى:

1.4 مهارات الاتصال اللفظية : و يشير الاتصال اللفظي إلى وضوح الصوت و تنوع

نبراته و تدعيمه بالوسائل المصاحبة و اختيار محتوى الحديث و مضمونه و الوقت المناسب للحديث.

¹دلشاد محمد علي، نفس المرجع السابق ، 712.

2.4 مهارات الاتصال غير اللفظية: و ترتبط بحركات الجسم ، و الأفعال و الإيماءات و لغة الإشارة .

3.4 مهارات الاتصال الكتابي: اتصالات يتم فيها بث الرسائل أو المعاني المطلوب إيصالها للمستقبل بشكل مكتوب، و تستخدم عند الحاجة لذكر تفاصيل مهمة و كثيرة ، و تساعد على توصيل المعلومات و الأفكار و الآراء و القرارات بطريقة واضحة و مفهومة .

4.4 مهارة الاستماع: يُعدُّ الاستماع مهارة لغوية مهمة جداً لأنه به تُكتسب اللغة، و يدرك السامع مقصود المتحدث و يتم التوصل بين الأفراد، و إذا حصل خلل في الاستماع نتج عنه أفكار خاطئة أو انقطع التواصل ، فالاستماع أساس الفهم ، و الفهم أساس العلم و هما أساسا المعرفة .

ومن المتعارف عليه في بدء تعلم اللغة الثانية أن الطالب لا يناسبه افتتاح طريقه التعليمي إلا بالاستماع إلى هذه اللغة الغريبة على سمعه ، فإعمال حاسة السمع في أول الأمر له مقاصد شتى منها: أن يتعرف الطالب إلى النظام الصوتي للغة الجديدة و طبيعة الفوارق بينها و بين لغته الأم ، و إزالة حاجز الرهبة سريعاً ، و التعامل مع اللغة الوافدة بأسلوب أكثر تفصيلاً، عن طريق اكتشاف خصائصها الصوتية و تأمل الرموز و المقاطع وملاحظة المعلم حين ينطقها، فيكتسب الطالب قدرًا من الثقة تحفزه على المضي قدمًا، وأثبتت التجارب العملية أن استهلال التعلم بعرض مهارة القراءة أو الكتابة يضعف المردود و يزيد من صعوبات التعلم¹.

¹محمد محمود ياسر، أنواع المهارات اللغوية ، محاضرات منشورة، مصر، د ، س، ص1.

خلاصة الفصل:

في ختامنا لهذا الفصل ، تبرز أهمية المهارات الاتصالية كعنصر حيوي في حياة الفرد و تطوره المهني و الشخصي، فهي لا تقتصر على مجرد وسيلة للتواصل بل تعد أساساً لبناء علاقات صحية و مثمرة ، و تحقيق التواصل الفعّال و الفهم العميق بين الأفراد، و من خلال تنمية هذه المهارات، يمكن للفرد تحقيق نجاح مستدام في كافة جوانب حياته .

لذا، ينبغي علينا أن نسعى دوماً إلى تحسين و تطوير قدراتنا الاتصالية ، سواء عبر الاستماع الفعّال للآخرين ، أو التعبير عن أفكارنا بوضوح و صدق ، أو بالعمل على تحسين لغة الجسد و التعبيرات الوجهية ، و مع التمرّن و الممارسة المستمرة ، سنكتسب الثقة و القدرة على التفاعل بشكل أفضل مع العالم من حولنا، وبناء علاقات أكثر تواصلاً و تعاوناً.

الفصل الثالث

العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية

الفصل الثالث: مدخل العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية

تمهيد:

في ساحة الأعمال المعاصرة ، تعد العلاقات العامة أحد الركائز الأساسية لنجاح المؤسسات الاقتصادية ، فهي تمثل الجانب البارز لتواصل المؤسسة مع الجمهور و المجتمع المحيط بها ، سواء كان ذلك من خلال وسائل الإعلام التقليدية أو الرقمية ، أو من خلال الفعاليات و الفعاليات العامة.

تعتبر العلاقات العامة أداة استراتيجية حيوية تسهم في بناء صورة إيجابية للمؤسسة في وعي الجمهور، و تعزز الثقة بها ، و تعكس قيمها و رؤيتها ، وتعزز التواصل الفعال مع جميع أطراف العلاقة مثل المستثمرين و العملاء و الموظفين و المجتمع المحلي و الجهات الحكومية .

باعتبارها عنصراً حيوياً في استراتيجية الأعمال ، تساعد العلاقات العامة في تعزيز مكانة المؤسسة في السوق ، و زيادة الوعي بمنتجاتها و خدماتها ، و بناء علاقات دائمة و متينة مع العملاء و الشركاء التجاريين و المجتمع المحلي .

لذا، فإن فهم أهمية و دور العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية يمثل خطوة أساسية نحو تحقيق النجاح و الاستمرارية في بيئة الأعمال اليومية ، و تعزيز مكانتها و سمعتها في السوق .

أولاً: مدخل مفاهيمي

من المعروف أن العلاقات العامة هي فن و علم توصل استراتيجي يهدف إلى بناء و تعزيز العلاقات بين المؤسسات أو الأفراد و جماهيرهم المستهدفة ، تتضمن العلاقات العامة استخدام مجموعة متنوعة من الأدوات و التقنيات مثل الاتصالات الإعلامية ، و التسويق، و إدارة الأزمات ، و التواصل الاجتماعي ، بهدف بناء سمعة إيجابية ، و تعزيز الثقة ، و تحقيق أهداف محددة للمؤسسة أو الشخصية ، تتنوع استراتيجيات العلاقات العامة بحسب المجال و الهدف ، و تعتمد على فهم عميق للجمهور المستهدف و توظيف الاتصالات الفعالة لتحقيق أهداف المؤسسة أو الفرد بطريقة تتماشى مع القيم الأخلاقية و المبادئ الاجتماعية و من خلال هذا المبحث سوف نتعرف على ماهية العلاقات العامة .

1. تعريف العلاقات العامة

1.1 مفهوم العلاقات العامة:

أ- لغة:

هي مفهوم مركب من كلمتين "العلاقات" و "العامة" و حسب ما ورد في المنجد الأبجدي فالعلاقات العامة هي مصدر علائق و تعني الصلات و الروابط ، والاتصالات التي تتم بين هيئة أو مؤسسة ما ، و الجماهير التي تتعامل معها ، و لفظ كلمة عامة هي مؤنث ذكرها عام " وجمعه" عوام" و العامة هي ما خالف الخاصة¹ .

¹محمد منير حجاب ، ومحمد سحر وهيبي ، المداخل الأساسية للعلاقات العامة ، المدخل العام ، المدخل البيئي ، المدخل الإداري ، المدخل البحثي ، دار الفجوة للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 1995 ، ص 32.

ب-إصطلاحاً:

2.1 تعرف جمعية العلاقات العامة الأمريكية

عرفت العلاقات العامة بأنها: "نشاط أو صناعة أو هيئة أو اتحاد أو حكومة أو مؤسسة أو أي مؤسسة أخرى في بناء و تدعيم علاقات سليمة منتجة بينها و بين فئة من الجمهور كالعلاء و الموظفين أو مساهمين أو الجمهور بوجه عام لكي تطور من سياستها حسب الظروف المحيطة بها ، و شرح هذه السياسة للمجتمع¹.

هذا التعريف حدد أن العلاقات العامة لا تقوم بمجرد بناء علاقة سليمة مع الجمهور إلا أنها تعمل أيضا على توطيد العلاقة و إستمرارها كما تبين أنها نتيجة إلى كافة أنواع الجماهير دون استثناء.

3.1 تعريف الجمعية الدولية للعلاقات العامة

تعرفها كما يلي: العلاقات العامة هي وظيفة إدارية ذات طابع خاص و مستمر تهدف من خلالها المؤسسة العامة و الخاصة إلى كسب تفاهم و تعاطف و تأييد أولئك الذين تهتم بهم ، و ذلك عن طريق تقسيم الرأي العام المتعلق بها من أجل ربط سياستها، و إجراءاتها قدر الإمكان لتحقيق التعاون و المستمر و مقابلة المصالح العامة بدرجة أكفأ عن طريق المعلومات المخططة و كثرتها².

ركز هذا التعريف على النقاط التالية :

- أن العلاقات العامة من بين الوظائف الإدارية التي تسعى لكسب تأييد الجماهير و ثقتهم .
- عمل العلاقات العامة ليس مؤقتا بل هو عملية مستمرة باستمرار المؤسسة.

¹محمد منير حجاب ، ومحمد سحر وهبي ، نفي المرجع السابق ، ص 33.

²جميل أحمد خضر، العلاقات العامة ، دار المسيرة للطباعة و النشر، عمان، 1998، ص 23.

- قياس الرأي العام ضروري لأجل ضمان توازن برامجها و سياستها مع الجماهير المتعاملة معها، و بالتالي يمكن اعتبار هذا التعريف أنه قد استوفى أغلب العناصر الواجب توفرها في العلاقات العامة .

و يعرفها إبراهيم إمام من الناحية الإنسانية بأنها "فن معاملة الناس و الفوز بثقتهم و محبتهم و تأييدهم ، و معنى لك ببساطة هو كسب رضى الناس بحسن المعاملة الصادرة عن صدق و إيمان بقيمة الإنسان في المجتمع"¹.

2. أهمية العلاقات العامة

ان بعض المدراء يولون العلاقات العامة اهتماما خاصا ويستشيرونها في مختلف القرارات التي يصدرونها انطلاقا من مفهومهم لدور العلاقات العامة في التعرف على آراء الجماهير و اتجاهاتها ، في حين نجد في الطرف الآخر و هم نوعية أخرى من المدراء يختصر دور العلاقات العامة إلى مجرد استقبال الضيوف و إعداد برامجهم ، اما أسباب و دواعي الاهتمام بالعلاقات العامة فهي:

-تزايدت قوة و نفوذ الرأي العام و خاصة في المجتمعات الديمقراطية ، و ذلك لتزايد وعي الرأي العام .

-تزايد التنافس فيما بين المنظمات الربحية من ناحية ، و بين المنظمات العامة من ناحية.

-تزايد أهمية المسؤولية الاجتماعية للمنظمة تجاه المجتمع و تحقيق التفاعل الاجتماعي مع

نظمه المختلفة .

-الاستجابة لجماعات الضغط و جماعات الاهتمام المختلفة في المجتمع ، و ضرورة

¹إبراهيم إمام ، فن العلاقات العامة و الإعلام ، ط 2، القاهرة ، 1968، ص18.

الاستجابة لمثل هذه الجماعات والسعي للحصول على تأييدها و دعمها.

- مع حجم المنظمات الصناعية و التجارية و ازدياد التنافس بينها، فأصبح وجود الشركات الضخمة ، ذات التجهيزات الآلية الكبيرة ، التي يعمل عليها آلاف العمال ، و تنتج إنتاجاً ضخماً من السلع ، و تتعامل مع الملايين من البشر في بقاع العالم المختلفة ، من مظاهر المجتمع الحديث .

في ظل هذا التحول الصناعي و التجاري الضخم نظم العمال أنفسهم في نقابات و اتحادات تجمع كلمتهم و تدافع عن مصالحهم ، و أصبحت هذه النقابات في الأمم الصناعية المتحدثة الرسمي باسم العمال ، و أصبح لها من القوة و النفوذ ما جعل اصحاب الأعمال يخشون بطشها و يقبلون مرضاتها.

التحول الذي حدث في المجتمعات من اعتماد اقتصادها على الزراعة إلى الاعتماد على الصناعة ، صاحبه تحول أيضاً في السكان أنفسهم ، فانخفضت نسبة سكان الريف و ارتفعت نسبة سكان الحضر و المدن ، و أصبح هذا التحول يحتاج إلى جهود إعلامية ضخمة لمواجهة التغير الاجتماعي و العمل على استقرار المجتمع و تحقيق مصالحه .

- تطور وسائل الإعلام و النشر تطوراً ضخماً، نتيجة للتقدم الفكري و الفني و التقني الكبير، فهناك تطور تقني في الطباعة ، وفي إخراج الصحف و المجلات ، كما ظهرت وسائل إعلام لم تكن معروفة فيما مضى كالأفلام السينمائية و الراديو و التلفزيون ، مما سهل من مهمة العلاقات العامة في الاتصال بال جماهير المختلفة ، و استخدام الوسائل الملائمة مع الجماهير المتنوعة ، و في الأوقات المناسبة .¹

¹على الزعبي ، مروان بدر السمعيات ، إدارة العلاقات العامة ، مجموعة اليازوري العلمية للنشر و التوزيع ، د ، م ، 2019 ، ص 30 .

- بعد كل ذلك يمكننا استنتاج أهمية العلاقات العامة بشكل واضح والتي تتمثل في:
- بناء العلاقات المؤثرة مع الجماهير صاحبة التأثير مثل المستثمرين والماليين والمجتمعات.
- هي أداة ترويجية رئيسية تبلغ الأهمية بل وتتعدى الإعلان إذا أحسن استخدامها،
- التأثير عالي والتكلفة قليلة جدا.
- أداة هامة في بناء هوية العلامة التجارية.
- أداة هامة في تكوين وتعديل الصورة الذهنية لدى الناس وسيلة لتعميم رسالة المنظمة ونشر أخبارها.
- تدخل بشكل كبير في البحث التسويقي و وضع الخطة التسويقية¹.

3. خصائص العلاقات العامة

- 1- تعد العلاقات العامة مرآة للإدارة ، و تفترض هذه الفلسفة أن أي منظمة لا تنشأ لتحقيق الأهداف المالية التي تحددها الأنظمة فحسب ، و إنما يلزم علاوة على ذلك أن تلعب دورا اجتماعيا ، لذلك يجب أن تضع صالح الجمهور في المقام الأول بالنسبة للموضوعات التي تتعلق بسلوك المنظمة .
- 2- تشكل العلاقات العامة عنصرا أساسيا في أنشطة المنظمة .
- 3- العلاقات العامة وظيفة إدارية تمارسها كل إدارة .
- 4- العلاقات العامة عملية اتصال مستمرة بين طرفين أساسيين هما :

¹على الزعبي ، مروان بدر السمعيات ، نفس المرجع السابق ، ص31.

المنظمات و الجماهير التي تتعامل معها، سواء الجماهير الداخلية للمنظمة أو الخارجية ، و كلاهما يؤثر في الآخر و يتأثر به .

5- العلاقات العامة نشاط مخطط مرسوم لإحداث تأثير مرغوب في وقت محدد و بأسلوب معين .

6- العلاقات العامة هي همزة وصل بين الفلسفة و المنظمة و الجمهور ، و هذا الاتصال لازم لتحقيق فيهم الجمهور لأنشطة المنظمة .

7- تستهدف العلاقات العامة تحقيق الرضا العام و الحصول على موافقة الجمهور .

8- تركز العلاقات العامة على حقيقة أن الإنسان كائن اجتماعي بطبعه ، و لا يمكن العيش في عزلة عن المجتمع ، وكذلك الحال بالنسبة للمنظمات ، و لذلك يعتبر الإنسان محور اهتمام العلاقات العامة .

9- تركز العلاقات العامة على التخطيط المبني على الملاحظة العلمية و طرق البحث العلمي الذي يساعد على تلمس احتياجات الجماهير و دراسة آرائه و اتجاهاته و تحسس مشكلاته و قضاياها و نقل كل ذلك بصدق إلى المستويات الإدارية العليا .

10- تعد العلاقات العامة عملية تطبيقية للعلوم الاجتماعية و السلوكية لأنها تتعامل مع الكائنات الإنسانية حيث ذات طبائع متباينة و تكوينات نفسية متغيرة ، لذلك تحتاج هذه الوظيفة إلى متخصصين لممارسة أنشطتها المختلفة .

11- و تتسم العلاقات العامة بالشمولية حيث لا يقتصر نشاطها على ميدان دون غيره ، بل يمتد ليشمل كافة الميادين الأمنية و السياسية و الاقتصادية و غيرها ، و كذلك المنظمات بأشكالها و أنواعها و نشاطاتها المتباينة¹.

12- جوهر العلاقات العامة الاتصال بالمفهوم العلمي ، فهي تستخدم وسائل الاتصال المختلفة لنشر المعلومات و شرحها للجمهور ، كما تتعرف على اتجاهات الجمهور عن طريق البحوث التي تجريها لجمع المعلومات ، و ذلك بغية التوفيق بين المنظمة و الجمهور المتعامل معها.

13- تركز العلاقات العامة على مبادئ الأخلاق الإسلامية السامية لبناء و تدعيم الثقة بين المنظمة و جمهورها.

14- العلاقات العامة نشاط موقوت ، بمعنى أن اختيار الوقت المناسب لتنفيذ برنامج معين من برامج العلاقات العامة أمر ضروري لنجاح هذا البرنامج².

4. وسائل و أساليب الإتصال و العلاقات العامة

أ: وسائل الاتصال في العلاقات العامة

يمكن تقسيم وسائل الاتصال مجتمعة في أقسام فرعية هي:

- 1- الوسائل المقروءة كالكتب و المجلات و النشرات و المراسلات .
- 2- الوسائل المرئية كالمعارض و المتاحف و الصور و السينما الصامتة .
- 3- الوسائل السمعية كالمذياع و الهاتف و أجهزة الاتصالات الداخلية ... الخ .
- 4- الوسائل السمعية و البصرية كالسينما و التلفزيون و الانترنت و المؤتمرات و الندوات ... الخ.

¹محمد منير حجاب ، و محمد سحر وهبي ، نفس المرجع السابق ، ص 35-37.

²محمد منير حجاب ، و محمد سحر وهبي ، نفس المرجع السابق ، ص 35-37.

5- الوسائل الصامتة : اللغة الصامتة (الإيماءات و الإشارات و تعبيرات الجسم و الوجه ... الخ)¹.

حيث تمثل هذه الوسائل في:

- **الكتيبات:** تستخدم من أجل التعريف بالمؤسسة و نشر التقارير عن المواضيع التي تهم الجماهير.

- **النشرات:** تستخدم من أجل التعريف بالمؤسسة أو الإعلام عن حدث معين، أو لكي تعبر المؤسسة عن رأيها حول حدث معين .

- **رسائل التنبيه :** تستخدمها إدارة العلاقات العامة من أجل توعية جمهور معين أو تحذيره من خطر ما أو قضية ما ، و هذه الرسائل تكتسي أهمية كبيرة للتوعية بقضايا المجتمع ككل ، ومن أهم الوسائل الحديثة لنشر التنبيهات الرسائل الالكترونية التي تعتبر جد فعالة في هذا الإطار.

- **التقارير السنوية:** تستعرض الخطة التي تم تنفيذها خلال العام المنصرم ، تصدر في نهاية السنة و تهدف إلى إطلاع المساهمين بكل ما يتعلق بالمؤسسة من حيث أنشطتها.

- **الصحف الجدارية:** و هي أقرب للنشرة من النواحي المالية و المهنية و تقييم الداخلية الإرشادية و الإعلامية ، و تهدف عادة إلى الإعلام و التوجيه .

- **الملصقات:** هو وسيلة اتصالية تحمل فكرة واحدة في الغالب ، وتستخدم عادة في المعارض و الملتقيات و المناسبات المختلفة².

ب: أساليب الاتصال و العلاقات العامة :

هنالك ثلاث طرق يمكن من خلالها تنظيم العلاقات العامة :

¹بشير العلق ، العلاقات العامة في الأزمات ، دار اليازوري ، الأردن 2014 ، ص 26.

²باشوشي كنزة ، إدارة العلاقات العامة ، مطبوعة منشورة ، جامعة الجزائر 3، 2022، ص 71 ، 72.

- إنشاء إدارة علاقات عامة لها وضعها و كيانها في الهيكل التنظيمي للمؤسسة يعمل بها متخصصون في العلاقات العامة .
- الاستعانة بمكتب خبير كمستشار خارجي للعلاقات العامة .
- الجمع بين الأسلوبين ، حيث توجد العديد من المؤسسات التي تتبع هذا الأسلوب و يرجع السبب في ذلك إلى أنها تحاول أن تقلل من عيوب وأن تحصل على مزايا كلا الطريقتين السابقتين.¹
- ومنه يمكننا القول أن أول أسلوب في إنشاء إدارة متخصصة في العلاقات العامة داخل هيكل المؤسسة ، حيث يتم تعيين فريق من الخبراء في هذا المجال لتنفيذ استراتيجيات العلاقات العامة و تنظيم الاتصالات مع الجمهور والمساهمين .
- الأسلوب الثاني يتضمن الاستعانة بمكتب خبير كمستشار خارجي للعلاقات العامة، حيث يقوم هذا المكتب بتقديم الاستشارات و التوجيهات للمؤسسة بشأن كيفية تحسين عملياتها في مجال العلاقات العامة .
- يتمثل الأسلوب الثالث في الجمع بين الأسلوبين السابقين ، حيث يقوم البعض من المؤسسات بتوظيف فريق داخلي متخصص في العلاقات العامة بالإضافة إلى الاستعانة بمكتب خبير كمستشار لتوفير الدعم والتوجيه الخارجي.

الفوائد والعيوب:

- يتيح الاعتماد على إدارة علاقات عامة داخلية للمؤسسة القدرة على التفاعل المباشر مع جمهورها و التحكم في رسالتها و صورتها العامة.
- من ناحية أخرى ، قد يكون للمكاتب الخارجية مستوى عالٍ من الخبرة و التخصص في مجال العلاقات العامة ، لكنها قد تكون أقل فعالية في فهم طبيعة و احتياجات المؤسسة.

¹ باشوشي كنزة ، نفس المرجع السابق ، ص73.

- الجمع بين الأسلوبين يسمح بتحقيق التوازن بين الفوائد و العيوب ، حيث يمكن للمؤسسة الاستفادة من التخصص و الخبرة الخارجية بينما تحافظ على التحكم و التوجيه الداخلي.

التطبيق العملي:

- يجب أن تتناسب الطريقة المختارة لتنظيم جهاز العلاقات العامة مع طبيعة و أهداف المؤسسة ، بما في ذلك حجمها وميزانيتها و الصناعة التي تعمل فيها.
- ينبغي على المؤسسة أن تقوم بتقييم الاحتياجات الدقيقة لها في مجال العلاقات العامة و من ثم اتخاذ القرار المناسب بشأن الطريقة المثلى لتنظيم جهازها الخاص بالعلاقات العامة.

ثانيا : المؤسسة الاقتصادية

1. تعريف المؤسسة الاقتصادية

أ: تعريف المؤسسة :

نظام مستمر من الأنشطة الإنسانية المتميزة و المتناسقة التي تستخدم مجموعة من المواد الأساسية، المالية، المادية، الفكرية و الطبيعية في نظام متميز فريد لحل المشكلات يعمل على إشباع الرغبات الإنسانية متفاعلا مع غيره من النظم في البيئة المحيطة به ، و تعرف أيضا بأنها جماعة إنسانية مصممة بشكل دقيق لتحقيق أهداف مرغوب تحقيقها و تشمل عادة عددا من المشاركين يزيد عددهم عن العدد الذي يمكن وصفه بالجماعة الصغيرة¹ .

¹محمد ناجي الجوهري ، الاتصال التنظيمي ، ط 1، دار الكتاب الجامعي ، الإمارات ، 2000 ص15.

ومن خلال التعريف السابق نخلص للتعريف التالي الذي سوف تسيّر وفقه دراستنا ويتمثل في أن المؤسسة هي مجموعة من العناصر البشرية والمادية المتفاعلة مع بعضها و التي يوجد بينها اعتماد متبادل في إطار مجموعة من القواعد لتحقيق الأهداف المرجوة.

ب: تعريف المؤسسة الاقتصادية

كما يعرفها ناصر دادي عدّون على أنها كل تنظيم اقتصادي مستقل مالياً في إطار قانوني واجتماعي معين هدفه الإنتاج أو تبادل سلع و خدمات مع أعوان اقتصاديين ، آخرين بغرض تحقيق نتيجة ملائمة ، وهذا ضمن شروط اقتصادية تختلف باختلاف الحيز المكاني و الزماني الذي يوجد فيه، و تبعاً لنوع و حجم نشاطه .

كما أنها تعرف بأنها كل مؤسسة تقوم بنشاط ذي طابع صناعي أو تجاري أو مالي، و يدخل ضمن ذلك عمليات الإنتاج و التمويين و البيع و التوزيع و التمويل .

و يمكن تعريفها بصفاتها عون اقتصادي على أنها: "المؤسسة تنسق بين عوامل الإنتاج رأس المال - العمل الطبيعية " بغية إنتاج سلع أو خدمات موجهة للسوق و منه الوصول إلى تلبية الاحتياجات .

مما سبق يمكن الإشارة إلى المؤسسة الاقتصادية على أنها الفضاء التجاري و الإنتاجي الذي يضم مختلف الموارد البشرية و المادية و التنسيق فيما بينها ضمن أنشطة متباينة ، قصد تقليص سلع أو خدمات أو تخزينها لبلوغ الأهداف المسطرة¹.

2. خصائص المؤسسة الاقتصادية

¹حبي سعاد، قجة رضا، القيادة التشاركية في ظل مراحل تسيير المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مجلة المعيار، مجلد 25، العدد 58، 2021، ص966.

تتمثل الصفات والخصائص التي تتصف بها المؤسسة الاقتصادية في:

- المؤسسة شخصية قانونية مستقلة من حيث امتلاكها لحقوق و صلاحيات أو من حيث واجباتها و مسؤولياتها .
- لقدرة على الإنتاج أو أداء الوظيفة التي و جدت من أجلها.
- أن تكون المؤسسة قادرة على البقاء بما يكفل لها من تمويل كاف و ظروف سياسية مواتية و عمالة كافية و قادرة على تكيف نفسها مع الظروف المتغيرة .
- التحديد الواضح للأهداف و السياسة و البرامج و أساليب العمل ، فكل مؤسسة تضع أهدافا معينة تسعى إلى تحقيقها: أهداف كمية و نوعية بالنسبة للإنتاج ، تحقيق رقم أعمال معين .
- تضمان الموارد المالية لكي تستمر عملياتها، و يكون ذلك إما عن طريق الاعتمادات و القروض، و إما عن طريق الإيرادات الكلية أو الجمع بين الوسيلتين حسب الظروف.
- لا بد أن تكون المؤسسة مواتية للبيئة التي وجدت فيها و تستجيب لهذه البيئة ، فالمؤسسة لا توجد منعزلة فإذا كانت ظروف البيئة مواتية.
- فإنها تستطيع أداء مهمتها في أحسن الظروف ، أما إذا كانت معاكسة فإنها يمكن أن تعرقل عملياتها المرجوة وتفسد أهدافها.
- المؤسسة وحدة اقتصادية أساسية في المجتمع الاقتصادي، فبالإضافة إلى مساهمتها في الإنتاج ونمو الدخل الوطني فهي مصدر رزق الكثير من الأفراد .
- يجب أن يشتمل اصطلاح مؤسسة بالضرورة على فكرة زوال المؤسسة إذا ضعف مبرر وجودها أو تضاءلت كفاءتها¹.

¹مدخل عام حول ماهية المؤسسة الاقتصادية، <https://elearning.univ-msila.dz/moodle/pluginfile.php>، الاطلاع: 2024/05/05، على الساعة: 02:00.

3. أنواع المؤسسة الاقتصادية

يتم وفق هذا المعيار تصنيف المؤسسة الاقتصادية تبعا لشكلها ، فعادة ما تقسم حسبه إلى :

- **مؤسسات فردية** : و هي مؤسسات تعود ملكيتها لشخص واحد يعتبر هو المسؤول الأول و الأخير عن نتائج أعمالها ، فهي مؤسسات تتسم بسهولة إنشائها و بساطة هيكلها التنظيمي ، و لكن في المقابل قد تكون ضعف خبرة مالكيها و ضعف مستواه في الإدارة و التسيير عاملا لفشلها.

- **الشركات** : حيث تعرف الشركة على أنها عبارة عن مؤسسة تعود ملكيتها لشخصين أو أكثر يلتزم كل منهم بتقديم حصة من مال أو من عمل لاقتسام ما قد ينشأ عنها من أرباح أو خسارة .

ويمكن تقسيمها إلى :

- **شركة الأشخاص** : و هي شركات تضم عددا من المؤسسات الفردية بحيث يكون رأسمالها أكبر و تمثل مكانة أكبر في السوق ، و عليه يكون لشخصية الشريك الاعتبار الأول ، و يكون الشريك فيها مسؤولا شخصيا في ذمته الخاصة و تضامنيا مع بقية الشركاء ، و مثالها شركات التضامن و شركات التوصية البسيطة.

- **الشركات ذات المسؤولية المحدودة (SARL)** : و تتميز بمحدودية مسؤولية الشريك بقدر حصته التي تكون متساوية و غير قابلة للتداول ، كما أن رأسمالها محدود و شركائها محدودين ، أما إذا كانت مؤسسة تتكون من شخص واحد فتأخذ تسمية (EURL) .

- **شركات الأموال** : و يتولى تسييرها مجلس إدارة ، و تتكون من مجموعة مساهمين في رأسمالها عن طريق الأسهم التي تكون قيمتها متساوية و قابلة للتداول ، و يتحمل المساهم

فيها الخسارة بقدر رأسماله ، و مثالها شركات التوصية بالأسهم و شركات المساهمة (SPA)¹.

حسب معيار الطابع الاقتصادي:

- **المؤسسات الصناعية** : و هي بدورها قد تنشط في صناعات ثقيلة أو استخراجية كما هو الحال بالنسبة للمؤسسات العاملة في مجال الحديد والصلب مثلا ، كما قد تنشط في صناعات تحويلية أو خفيفة كصناعة الجلود والنسيج .
- **المؤسسات الفلاحية** : و هي المؤسسات الناشطة في المجال الزراعي و تربية الحيوانات و الصيد البحري .
- **المؤسسات التجارية** : و هي مؤسسات ناشطة في مجال التجارة أي شراء السلع و إعادة بيعها دون إدخال تحويل عليها .
- **المؤسسات المالية** : و هي مؤسسات التأمين مثلا المؤسسات الناشطة في المجال المالي كالمؤسسات المصرفية .
- **مؤسسات الخدمات** : و هي المؤسسات التي تقدم خدمات معينة ، حيث تعتبر الخدمة منتجا غير مادي و غير مرئي ، و من أمثلتها مؤسسات النقل و الاتصالات و غيرها².
- **حسب الحجم**:

و يقوم هذا التصنيف على فرضية أن الحجم يؤثر على طبيعة التنظيم و غط العلاقات الداخلية بين الإدارات و منه فالمؤسسات ذات الحجم للتماثل يسود بها سلوك تنظيمي متماثل ، وللاشارة و من اجل التصنيف حسب الحجم يمكن الاعتماد على جملة .

¹مباني محمد، اقتصاد مؤسسة ، مطبوعة منشورة ،ك لية العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر 3، 2019، ص5.

²مباني محمد ، نفس المرجع السابق ، ص6 .

فالتصنيف بحسب هذا للعيار لم يصل إلى درجة التوحيد في كل القطاعات ، فالمؤسسة للمتوسطة في قطاع معين قد تعد صغيرة الحجم في قطاع آخر، وهذا راجع لكون التصنيف قائم على جملة من للتغيرات منها:

-عوامل الانتاج حجم رأس المال ، عدد العمال ، و هذا الأخير هو الأكثر استعمالاً في تصنيف المؤسسات.

- للمردودية : أي حجم الأرباح المحققة ، و القيمة المضافة .

حجم النشاط ، ويستدل عنه بحجم رقم الأعمال:

1- **المؤسسات الصغيرة:** و هي تلك للمؤسسات التي لا يزيد عدد أفرادها عن 10 يتولى فرد واحد من بينهم إدارتها وغالباً ما يكون للمدير نفسه المالك ، ويسود هذا النمط من المؤسسات عادة في القطاع الحرفي و الزراعي، وكل قطاع التجارة الصغيرة ، وفي الغالب تخضع هذه المؤسسات في محيطها الخارجي المباشر فوجودها مرهون بمدى قدرتها على ضمان الاستمرار من خلال استجابتها للطلب الخارجي الذي لا يتعدى دوما السوق المحلي ، و الملاحظ أن هذا النوع من المؤسسات أخذ طابعاً رسمياً مع بداية التسعينات من القرن الماضي 1990 بالجزائر من خلال اهتمام الدولة بإنشاء مؤسسات تشغيل الشباب ، ومؤسسات مجهرية عائلية أو أسرية في غالب الاحيان داخل البيوت .

1- **المؤسسات المتوسطة :** و هي التي تضم ما بين 10 و 500 فردا و تتميز بعدم الفصل بين الملكية و التسيير ، ذلك أنها غالباً ما تكون ذات منشأ عائلي فيكون المالكون هم ذاتهم القائمون على شؤون التسيير والتصرف في كل الأمور مهما كانت جزئية و صغيرة مما يجعل هذه المؤسسات تعاني من زيادة صعوباتها ومشاكلها كلما زاد حجم مستخدميها و

ذلك نتيجة مركزية التسيير و الإدارة ، فكل القضايا مهما كانت لا بد و أن تمر حتماً على للمالكين مباشرة ، و للإشارة هذه الحالة مرتبطة بالخلفية الثقافية للمؤسسين أو المالكين¹.

و ثقافة للمستخدمين الذين تم توظيفهم و انتقاؤهم للالتحاق بالمؤسسة و تعرف هذه المؤسسات مشكلة في التسيير و هذا كلما كان المالكون لا يعرفون و لا ينقلون قواعد و مبادئ علوم التسيير خاصة تسيير الموارد البشرية ، وفق نظرة نفسية أي الاهتمام بالبعد الثقافي للمكونة البشرية .

2-المؤسسات الكبيرة : و هي تلك المؤسسات التي تتوفر على أكثر من 500 مستخدم، و نتيجة لكبر حجمها فإنها في الغالب تكون فيشكل شركات مساهمة بمعنى أن ملاكها كثيرون بعدد ملاك الأسهم ، مما يتيح لها قدرات مالية كبيرة ، و كنتيجة لكثرة الملاك فإن التسيير الفعلي لها يكون بين أيدي مسيرين تكنقراطيين يتمتعون بجدية أكبر في إدارة شؤون المؤسسة².

4. أهداف المؤسسة الاقتصادية

تعبّر الأهداف عن النتائج أو الغايات التي ترغب المؤسسة بلوغها ، و يمكن تلخيصها في الأهداف التالية :

- الأهداف الاقتصادية:

خلال توفير تسعى المؤسسة الاقتصادية بالدرجة الأولى إلى تحقيق أهداف ذات طابع اقتصادي، متمثلة في تحقيق الربح ، و الذي يعتبر أهم المعايير الدالة على صحة المؤسسة

¹درامشية لمياء ، بلقاسمي فاطمة ، المؤسسة الاقتصادية في الجزائر دراسة تأصيلية ، مقال منشور ، د، س، ص2.

²درامشية لمياء ، ب لقاسمي فاطمة ، نفس المرجع السابق ، ص2.

الاقتصادية ، بالإضافة إلى تحقيق متطلبات المجتمع من الإنتاج المادي و تغطية تكاليفها، فهي بذلك تحقق هدفين في الوقت نفسه : تحقيق طلبات المجتمع و تحقيق الأرباح ، ولعل من ابرز أهداف المؤسسة الاقتصادية هو الاستعمال العقلاني العوامل الإنتاج (عقلنة الإنتاج).

- الأهداف الاجتماعية:

تسعى المؤسسة إلى ضمان مستوى مقبول من الأجور للعمال مقابل مجهوداتهم ، و كذلك تحقيق علاقات اجتماعية داخلية ، تسمح بخلق جو عمل ملائم في الداخل والخارج ، و ضمان التقارب الاجتماعي داخل المؤسسة بين الأفراد و تحقيق المستوى العالي من المعلومات .

- الأهداف التكنولوجية:

البحث و التطوير من خلال توفير قسم خاص بعملية تطوير الوسائل و الطرق الإنتاجية علمياً¹.

ثالثاً : وظيفة العلاقات العامة بالمؤسسة الاقتصادية:

1.العلاقات العامة داخل المؤسسة الاقتصادية

تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية من البلدان الأولى التي ساهمت في تطوير العلاقات العامة داخل المؤسسة الاقتصادية ، و استحق رجل الأعمال الأمريكي إيني لي (by Lee) لقب أبو العلاقات العامة .

و عندما شهد القرن التاسع عشر احتكار رجال الأعمال للثروات تعرضت المؤسسات الاقتصادية لسخط كبير للرأي العام في الصحف ، حيث اضطر رجال الأعمال لاستخدام

¹هودة سلطان قدوري ، محمد بن سعيد ، نظام التكاليف على أساس الأنشطة ABC ، مقال منشور ، جامعة سعيدة ، د، س، ص، ص ، 55-56.

الصحافة لتهدئة الجماهير، فكان إيفي لي من بين أولئك الصحفيين الذين حاولوا تغيير الأوضاع إذ أنه وجد الحل لهذه المشكلة و هو يقتضي تبني الصدق لا الدعاية الكاذبة و كذلك الاتجاه إلى الجمهور بنزعة إنسانية إذ من أقواله المشهورة : "أنا بصدد تحويل الدولارات و السندات و الأسهم إلى لغة إنسانية" ، و قد نشر إيفي لي صفحة كاملة من الإعلان مبيناً فيه موقف المؤسسة من العمال و وجهة نظرها في الاضطرابات التي نشبت ، و من هنا، فإن للعلاقات العامة دور في تحسين أداء المؤسسة و كسب ثقة جمهورها ، و عليه ظهرت العديد من المقاربات النظرية التي اتخذت من العلاقات العامة فلسفة لها لتحقيق الربح من جهة و ممارسة المسؤولية الاجتماعية من جهة أخرى ، و على رأسها المدرسة الكلاسيكية للإدارة التي لم تمر العلاقات العامة العناية اللازمة لاعتبارات مرتبطة عقيدة الرأسمالية الكلاسيكية بحد ذاتها، و التي لم تتضح في تلك المرحلة على أدبيات الإنسان الرأسمالي و التي كانت آنذاك. في إرهاباتها الأولى ، و بعد الحرب العالمية الثانية و نتيجة للتطور العلمي و التكنولوجي اتجهت المؤسسات إلى تغيير طرق و أساليب إدارتها ، فظهرت العلاقات العامة لإبراز الصورة المشرقة لهذه المؤسسات و ما تقدمه ¹.

أصبحت تسمى بـ (صناعة القرن) ، و لم يعد اهتمامها منصباً على تسويق السلع ، بل امتد اهتمامها إلى تحسين سمعة و أداء المؤسسة من خلال الدراسات و الأبحاث التي تقوم بها، و نتيجة للتغيرات التي عرفها المجتمعات الاقتصادية و تعدد ميادين العمل ، أصبح من الضروري الميل إلى التخصص في مجال العلاقات العامة على أسس ميدان النشاط و العمل ، فظهرت العلاقات العامة في المجال الاقتصادي لتحسين أداء المؤسسات و رفع الكفاءة الإنتاجية و إيجاد علاقات قوية بين المؤسسة و جماهيرها ، و من بين عوامل الاهتمام بالعلاقات العامة

¹حواصة جمال ، دور العلاقات العامة في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية ، مجلة العلوم الاجتماعية ، جامعة الاغواط ، المجلد 7، عدد 30، 2018 ، ص164.

في المجال الاقتصادي ظهور الثورة الصناعية في أوائل القرن التاسع عشر و التي أدت إلى كثرة الإنتاج و تباعد المسافة بين المنتج و المستهلك ، و بالتالي كانت الحاجة إلى وجود علاقات تبادلية بينهما لتسهيل توافر السلع لدى المستهلكين ، و مع زيادة حدة المنافسة لإرضاء المستهلك و كسب ثقة الجماهير اتجهت بعض المؤسسات إلى تحسين أدائها فظهرت العلاقات العامة في التعريف بالسلع و الخدمات ، و ساعد على ذلك تطور وسائل الاتصال الجماهيري المختلفة و لابد أن نشير إلى أن المؤسسة الاقتصادية في إطار سعيها لتحقيق أهدافها و غاياتها يجب عليها التركيز على نشاط العلاقات العامة من داخلها بمعنى أن العاملين في المؤسسة لا يمكن أن يساهموا في تحسين علاقتهم بالجمهور الخارجي، دون تحقيق تلك العلاقة الجيدة فيما بينهم و العمل على تماسك الجمهور الداخلي ، و تدعيم روح الجماعة داخل المؤسسة ، و بالتالي تحسين أداء و كفاءة العاملين فالإتجاه السائد حالياً يؤمن بأن العلاقات العامة تؤدي وظيفة هامة و حيوية في كافة المؤسسات و التنظيمات التي تمارس فيها ، و لم يعد من الممكن إهمالها أو النظر إليها كنشاط ثانوي أو فرعي¹.

2. نشاط العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية :

بالرغم من اختلاف وظائف العلاقات العامة في المؤسسات حسب طبيعة نشاط المؤسسة و كذا الأهمية التي توليها الإدارة العليا أو بالأحرى القيادة العليا للعلاقات العامة ، إلا أنه يوجد مجموعة من النشاطات في أغلب إدارات العلاقات العامة .

يمكن ذكرها في النقاط التالية :

1. تقديم المشورة : تقوم إدارة العلاقات العامة بتقديم المشورة للإدارة العليا فيما يخص السياسات الخاصة بالمؤسسة و اتجاهات و سلوك الجماهير التي تتعامل معه وسائل الإعلام.2. البحوث

¹حواسة جمال ، نفس المرجع السابق ، ص164.

من وظائف العلاقات العامة القيام ببحوث من أجل التعرف على اتجاهات و سلوكيات الجماهير الداخلية و الخارجية .

3. العلاقات بوسائل الإعلام حيث أن إدارة العلاقات العامة أو ممارسو العلاقات العامة في المؤسسة يجب عليهم إقامة علاقات جيدة مع وسائل الإعلام .

4. ربط علاقات جيدة مع العاملين وذلك من خلال إعلامهم عن كل ما يخص المؤسسة وسياستها و كذا مختلف قراراتها .

5. التخطيط الإداري: و يقصد به تحديد كل العمليات الإدارية الضرورية مرفقة بالإمكانات المادية و البشرية .

6.التنسيق: حيث أن إدارة العلاقات العامة تعمل على خلق و ايجاد التناسق و الانسجام بين مختلف الوحدات في المؤسسة .

7.التسجيل : و يتعلق الأمر بكتابة الحقائق أو المعلومات بكل صدق و أمانة بقصد الرجوع إليها¹.

3. إستراتيجية العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية :

- إن طبيعة الأنشطة في مجال العلاقات العامة التي تتميز بتنوع و التعدد جعل من الطبيعي أن يكون لكل ميدان إستراتيجية خاصة تلائم و تحقق أهدافه و فيما يلي الإستراتيجيات التي تستخدمها العلاقات العامة في تحقيق أهدافها:
- و توجد عدة استراتيجيات يمكن إتباعها و هي :

¹كريمة بنان ، وحدة تطبيقات العلاقات العامة ، مطبوعة بيداغوجية للتأهيل الجامعي ، جامعة الجزائر 3، 2022 ، ص، ص21-22.

إستراتيجية التركيز:

. حالات الطوارئ استخدام كل وسائل الاتصال للوصول لكافة الجماهير في أن واحد مع توفير
الإمكانيات .

إستراتيجية التوقيت المناسب:

. تحديد الوقت المناسب لإذاعة أو نشر بيان أو لإعلان قرار أو لافتتاح مشروع و هكذا و
يجب أن يراعي في تحديد الوقت .
. كسب تأثير الجمهور الذي من أجله قمنا بالتوقيت .

. دراسة الظروف المحيطة بالموقف و الأطراف المؤثرة فيه أو المتأثرة به .

إستراتيجية المشاركة:

. تقديم الاقتراحات _ انتخابات ممثلين عن الجمهور الداخلي _ إعطاء الجمهور الداخلي
فرصة التعبير عن رايه في وسائل إعلان المؤسسة- صندوق شكاوي واقتراحات وكل ما
سبق يعزز الشعور بالانتماء والمشاركة داخل المؤسسة .

استراتيجية عدم التدخل:

. في حال إجراء المسابقات و المباريات و غيرها فإن المؤسسة لا تتدخل في نتائجها، بل
الأفضل أن تسند أمرها للجان أو شخصيات محايدة ، و ذلك إعلاء لقيمة النزاهة و الشفافية
عند المؤسسة .

إستراتيجية التروي و الترتيب:

. و ذلك في حالات الحملات الكيدية ضد المؤسسة و يفضل الرد بعد الدراسة و التقصي
للأمر ثم ننشر معلومات إيجابية أو نقوم بأعمال أو أفعال تفند موضوع الحملات الكيدية .
"مرض أو عزل شخصية ما"¹.

إستراتيجية المفاجأة:

-أحمد صبيح ، إستراتيجية العلاقات العامة والإعلام بمصلحة الجمارك ، دار النهضة العربية ، مصر ، د ، س ، ص 66.

- و هي ما ينفذ في اللحظة الأخيرة من أساليب في ظرف من الظروف (الانتخابات - تحويل الأنظار) و لكن يجب مراعاة أن أي معلومات أو خطوات تتخذ يجب أن تتوافق مع مصلحته الجماهير و إن لم يكن كذلك فإن هذا يتنافس و عمل العلاقات العامة . "

إستراتيجية ملتقي الطرق و استغلال الفرص:

- اختيار الأماكن التي تتجمع فيها الجماهير لعرض أنشطة المؤسسة ، اختيار الشخصيات المؤثرة و التي لها تأثير في جوانب متعددة .

إستراتيجية الاختفاء:

- و هي القاعدة الأساسية في عمل العلاقات العامة فلا يجب ظهور اسم ممارس العلاقات العامة علي منشورات و إصدارات المؤسسة أو علي ترويسة أوراقها يجب علي إدارة العلاقات العامة أن تتقمص دائماً شخصية الجندي المجهول الذي يسهر علي رعاية مصالح المؤسسة و الجماهير دون أن يظهر مع مراعاة الآتي:

- ضرورة دراسة الموقف قبل اختيار الأسلوب أو الإستراتيجية .
- ما يصلح لموقف معين لا يصلح لموقف آخر، (التركيز في حملات الانتخابات " في الغرب يختلف عن الشرق") .
- بعد تحديد الإستراتيجية المناسبة ننتقل إلى تفعيل الخطة العامة باختيار الموضوعات و البرامج التي تساعد على تنفيذ الخطط¹ .

4. مميزات و أهداف العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية :

- تهدف العلاقات العامة في اي مؤسسة أو منظمة خاصة أو عامة الى تحقيق مجموعة و من خلال تناولنا لمفهوم العلاقات العامة يتضح أن غاياتها الرئيسية هي المكافحة من أجل بناء

¹ أحمد صبيح ، نفس المرجع السابق ، ص66 .

سمعة (صورة) طيبة و ايجابية عن المؤسسة و مساعدتها على النجاح في تحقيق برامجها و يمكن أن نوجز أهدافها في النقاط التالية :

- إعلام الجمهور بسياسة تلك المؤسسة أو خدماتها حتى يكونوا على بينة أو اطلاع دائم، وذلك لتوثيق و تسيير التعاون البناء.
- نقل متطلبات و أفكار و رغبات الجمهور الى ادارة المؤسسة من أجل دراستها و تلبيتها قدر الامكان.
- معرفة متطلبات و احتياجات العاملين في المؤسسة من النواحي الثقافية و الترويجية، او استحقاق المكافآت و العمل على مساعدتهم في حل مشاكلهم ، و تشجيعهم على المساهمة النشاطات الفكرية و الاجتماعية.
- المشاركة في الادارات الاخرى للمؤسسة على اعداد المواد الاعلامية و المطبوعات الثقافية و النشرات المتعلقة بأعمال و منتجات المؤسسة كإدارة التسويق أو الإنتاج ، لتعريف الجمهور بذلك .
- توثيق الاتصال بين المؤسسة و الجهات أو المنظمات الأخرى ، و استخدام مختلف وسائل الاتصال المكتوبة أو المرئية أو مختلف وسائل الاتصال الاخرى كالهاتف و البريد الالكتروني و شبكة الانترنت¹.

من جهة أخرى إن العلاقات العامة حسب بعض المختصين أهدافها انطلاقا من هذه الأهداف:

- تشجيع و تنمية التعاون بين مختلف الادارات و الاقسام بالمؤسسة و بينهم و بين الادارة العليا بما يؤدي التوفير للمعلومات و عدم التردد في تقديم النصح و الارشاد.

¹العربي بن داود ، قودة عزيز ، دور العلاقات العامة في تحسين سيرورة المؤسسة الجزائرية الاقتصادية ، المجلة الجزائرية للأبحاث و الدراسات ، المجلد 5، العدد4 ، 2022، ص 104.

- وضع اهداف للمناصب الادارية و ربطها ببعضها أفقيا و رأسيا هو نقطة الانطلاق في عملية إدارة الأهداف .
- معرفة آراء الجمهور و اتجاهاته نحو المؤسسة (سياستها، خططها) و ذلك من أجل العمل على تلبية رغباته و متطلباته و لتضمن أيضا استمرار تعامله معها.
- معالجة الأزمات التي قد تطرأ على المؤسسة لتحقيق المفصول الاجتماعي للمؤسسة¹.

خلاصة الفصل:

في الختام ، تظهر العلاقات العامة كأداة حيوية و ضرورية في تعزيز نجاح المؤسسات الاقتصادية في ساحة الأعمال المعاصرة ، فهي ليست مجرد وسيلة للتواصل ، بل تمثل استراتيجية شاملة تسهم في بناء صورة إيجابية للمؤسسة ، و تعزز التواصل الفعّال مع جميع أطراف العلاقة.

باستخدام العلاقات العامة بشكل فعّال ، يمكن للمؤسسات الاقتصادية تحقيق التميز التنافسي ، وتعزيز مكانتها في السوق ، وبناء علاقات قوية مع جميع فئات المستفيدين ، مما يسهم في تحقيق النجاح و الاستمرارية على المدى الطويل.

لذا، يجب على المؤسسات الاقتصادية أن تولي اهتماماً خاصاً لتطوير استراتيجيات العلاقات العامة الفعّالة ، واستثمار الجهود و الموارد اللازمة في هذا الجانب الحيوي من أعمالها ، فالعلاقات العامة ليست مجرد تكليف وظيفي ، بل هي جزء أساسي من رؤية المؤسسة و هويتها ، و عنصر أساسي في بناء مستقبل مزدهر و مستدام .

¹العربي بن داود ، نفس المرجع السابق ، ص 104.

الفصل الرابع

الدراسة الميدانية حول دور المهارات الاتصالية في العلاقات
العامّة في المؤسسة الاقتصادية بميناء سكيكدة

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية حول دور المهارات الإتصالية في فعالية

العلاقات العامة في المؤسسة الإقتصادية بميناء سكيكدة :

1- لمحة حول المؤسسة المينائية سكيكدة :

1.1. نظرة تاريخية للمجمع المينائي لسكيكدة:

تاريخ ميناء سكيكدة إرتبط دائما بتاريخ المدينة، حيث أن مدينة سكيكدة نشأت عن طريق الميناء.

- من القرن 7 إلى القرن 8 (قبل الميلاد) : أسس الفينيقيون إمبراطورية قرطاج والتي شيئا فشيئا ازدهرت على حدود النوميديون في إفريقيا الشمالية.

- خليج النوميدي بدأ بتشديد وكالة أجنبية تجارية، في هذا العصر ظهرت إلى الوجود "سطورا" ومينائها.

- بعد تدمير قرطاج (147 قبل الميلاد)، افتتح الرومان الخليج ومنه أنشأت مدينة روسيكادا، في الموقع الحالي لسكيكدة.

- تختفي في نحو سنة 484 في ظروف بقيت مجهولة إلى يومنا هذا، لتتسأ بعد بعض القرون.

- أعيد تشييدها في العصر المتوسط، أصبحت سكيكدة حاضرة مزدهرة وغنية بفضل تجارة القماش وخاصة الرخام المشهور في الأسواق الساحلية.

- أثناء الاحتلال الفرنسي، اعتبرت سكيكدة كمنفذ بحري طبيعي لقسنطينة، لتحمل أولا اسم (ميناء فرنسا) وبعد بضع سنين (فيليب فيل ،) Phillippe Ville

- 31 جويلية 1848 : فيليب فيل تنصب كبلدة لتغير اسمها غداة الاستقلال وتسترجع اسم سكيكدة.

- لم تتقطع المدينة عن النمو لتصبح الرئة الثانية للبلد بفضل المجمع المينائي والذي يحوي ميناءان الميناء القديم (الميناء المختلط) والميناء الجديد.

أنشأ الميناء القديم في أواخر سنة 1839، من رصيف قصير في ذلك العصر لم تكن العمليات التجارية لسفن تتم على السواحل نفسها، بل تتم عن طريق الرسو في عرض بحر سطورا وتفرغ الحمولة على قوارب توصلها لسكيكدة.

-في سنة 1860، البرنامج النهائي للميناء المعتمد يحوي بتشديد حوض في الجزء الشرقي، أما الجزء الغربي يكون الميناء القبلي، تشيد مكسرة كبيرة على طول 1400م، تشيد مكسرة عرضية مخصصة لإظهار الحوض وإنشاء ميناء صغير مؤقت، بدأ العمل في سنة 1861 لينتهي سنة 1877.

- المكسرة الثانوية (القصر الأخضر)، بطول حوالي 400م محمية فقط عن طريق كتل صخرية طبيعية، أنشأت بين 1877 و1882، ليزيد في امتدادها بنحو 100م ما بين 1900 و1905.¹
- انتهى برنامج 1860 في سنة 1890، من سنة 1891 إلى 1959 تلخصت النشاطات المهمة في امتداد المكسرة على طول 225م ما بين 1891 و1897، وتوسيع أو إنشاء الأراضي (Terre Pleins) وأرصفة جديدة.

- أمام زيادة النشاط شرع في إنشاء حاجز الأمواج على مكسرة القصر الأخضر سنة 19\59 لينتهي سنة 1964.

- بقي ميناء سكيكدة ميناء ثانوي حتى سنة 1969، مع بدأ الأشغال التي حولته إلى ميناء مختلط (هيدرو كاربور) بعد أن أضاف إلى المكسرة الكبيرة 3 أرصفة عائمة نفطية التي استمر إنجازها حتى سنة 1972.
- دون توقف النمو، فرض النشاط، ميزة أخرى للميناء المختلط ولهذا فمذ 1981، طور تهديم وتهيئة فرض من أجل زيادة سعة الإستعاب.

- المينال "Marinelle" : مقر حوض تعبئة، يحوي أيضا Epis من أجل إنشاء رصيف تجاري على طول 290م، سلم في 1985، نشاط الصيد حول إذا لسطورة أين هيا ميناء للصيد والنزهة سنة 1981.
- الحدث الذي أعطى بعد آخر لميناء سكيكدة، كان قرار إنشاء منطقة صناعية على سهل العربي بن مهدي في شرق منفذ وادي الصفصاف، هذا القرار حدد موضع الميناء الجديد مختص في الهيدروكاربور.
- الأشغال المشروعة في سنة 1970 انتهت سنة 1972، مكسرة أساسية بطول 1875 متر ومكسرة ثانوية بطول 650 متر كونا منشآت حماية هيات ممر دخول بعرض 250 متر.

- منشآت الرسو بعدد 08 خصصت 7 منها للهيدروكاربور ورصيف تجاري بطول 240 متر وشد مائي ب 10.50 متر موجه لمختلف السفن نوع السفن الشاحنة العامة. يحوي أيضا ميناء تعبئة لوحدات السحب والقيادة.

- أنجزت في التسعينات، عدة أشغال أخرى، كتقدم رصيف "مارينال" إنشاء 03 حظائر، تهيئة المحطة البحرية للمسافرين والسيارات وبناء برج المراقبة للميناء القديم.

- قبل تكوين المؤسسة المينائية لسكيكدة، مر القطاع المينائي بعدة تنظيمات وأنظمة إدارية :

• 1962 - 1971 : سير ميناء سكيكدة من طرف غرفة التجارة والصناعة.

¹- وثائق خاصة بالمؤسسة المينائية لسكيكدة.

• 1971 - 1982 : إنشاء المصلحة الوطنية للموانئ (Office National des ports ONP) في 13 ماي 1971، مكلفة بالإدارة، الاستثمار فيما يخص تنمية الموانئ. الموانئ منظمة كوحدات مينائية لها أحقية العمليات إرشاد وقيادة السفن أولوية الشرطة والأمن المينائي.¹

• 1982 - 1988 : إنشاء المؤسسة المينائية لسكيدة (أمر رقم 82 - 284 ل 14 أوت 1982) نتيجة تجميع المصلحة الوطنية للموانئ، للشركة للنقل والتفريغ ومصحة السحب التي كانت تابعة للشركة الوطنية الجزائرية للملاحة. مؤسسة اشتراكية ذات طابع اقتصادي، تؤمن الاستثمار للنشاطات المذكورة وأيضا أولوية القوة العمومية للشرطة والأمن المينائي هذه الإدارة، تحت وصاية وزارة النقل، انتهت مع مجي قانون استقلالية المؤسسات رقم 01/88 ل 12 جانفي 1988.

• 1988 - 1989 : إنشاء المؤسسة العمومية الاقتصادية، شركة ذات أسهم في 21 مارس 1989 (تاريخ التحول إلى الاستقلالية) برأسمال 135 مليون دينار جزائري الذي أصبح اليوم 800 مليون دينار جزائري. أبقى المؤسسة على نفس أولويات النظام السابق. أسهم المؤسسة بيد شركة التسيير المشاركات الموانئ (Sogeports) (Société de gestion des participations des ports) .

• في سنة 2004 وبعد قرار مجلس المشاركة قامت المؤسسة المينائية لسكيدة بالدخول لبورصة الجزائر. تسيير المؤسسة من طرف مجلس إداري مؤلف من سبعة أعضاء 05 منهم يمثلون شركة تسيير مشاركات الدولة للموانئ Sogeport واثنان بالقانون يمثلان العمال، فهي منظمة إلى مديريات عامة أحادية.²

2 - التعريف بالمؤسسة المينائية سكيدة:

هي عبارة عن مؤسسة اقتصادية عمومية وليدة المرسوم 284/28 المؤرخ في 14/08/1982 و هي من أهم المؤسسات المينائية الوطنية وذلك في إطار إعادة تنظيم وتسيير قطاع الموانئ. من أجل تنمية الاقتصاد المبرمجة في إطار المخطط الوطني الهادف إلى زيادة حركة المبادلات التجارية في أحسن الظروف الاقتصادية أسندت لهذه المؤسسة مهام كانت على عاتق الوحدة المنحلة وهذه الوحدات هي إعادة الهيكلة ساعدت على إنشاء المؤسسة الميناء لولاية سكيدة.

- الديوان الوطني للموانئ(ONP).

¹- وثائق خاصة بالمؤسسة المينائية بسكيدة.

²- وثائق خاصة بالمؤسسة المينائية بسكيدة.

- الشركة الوطنية للشحن والتفريغ (SONAMA).
- الشركة الوطنية الجزائرية للملاحة (CNAN).

وتعتبر المؤسسة المينائية لسكيددة شركة مساهمة ذات رأس مال قدره تسعة مليارات دج و هي فرع من مجموعة SERPORT المملوكة لجميع الأسهم.

3- نشاط المؤسسة :

تتمثل النشاطات الخاصة بالمؤسسة المينائية هي:

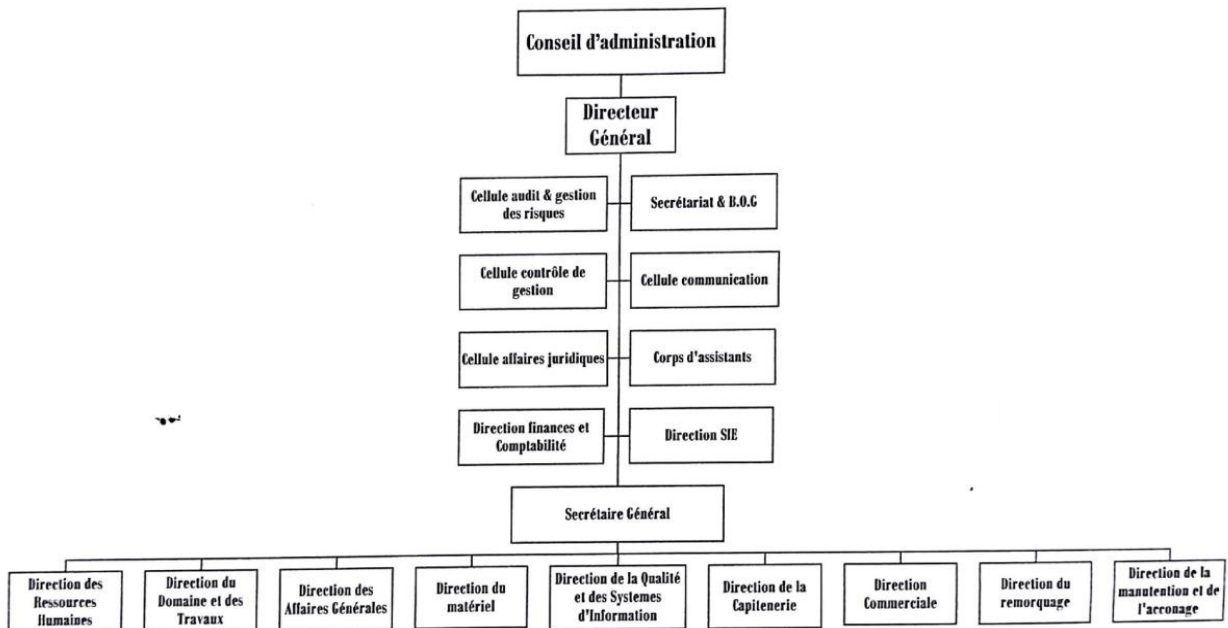
- تسيير استغلال الآلات و المنشآت المينائية.
- مزاولة عمليات السحب، القيادة و الإرشاد.
- مزاولة عمليات التحميل، النقل و التفريغ.
- مزاولة عمليات الشرطة و الأمن.
- إجراء أشغال الصيانة، التهيئة و تحديث البنية العلوية للميناء.

4- الهيكل المؤسسة :



Entreprise Portuaire de Skikda
Organigramme général

Organigramme générale de l'Entreprise Portuaire de Skikda



مهارات الاتصال:**- مهارة الكلام لدى العمال**

التحدث مهارة أساسية وضرورية للاتصال، وتعني القدرة على إخراج الأفكار والمعاني من عالمها غير المنطوق إلى العالم المنطوق وتمارس هذه المهارة عن طريق الاتصال الشفهي.

مهارة الكتابة لدى العمال

تعتمد مهارة الكتابة على استخدام قواعد اللغة ، وعلى المهارة في عرض المادة المكتوبة ولهذا يجب أن تكون الرسالة المكتوبة كاملة في ذاتها وتمارس هذه المهارة عن طريق الاتصال المكتوب بواسطة الرسائل وكذا البريد الإلكتروني والملصقات التي توضع في المؤسسة.

مهارة الاستماع لدى العمال

يعد الإصغاء أو الإنصات الجيد أحد المهارات الأساسية للاتصال اللفظي، ويعني استقبال الأصوات المنطوقة وفهمها وإدراك معناها، فيختلف بذلك تماما عن عملية الاستماع العادي الذي نقوم به عادة حيث تتطلب هذه المهارة الفهم والإدراك لما يقوله المتحدث ، كما يتطلب أيضا ترك الفرصة الكافية للمتحدث لأن يكمل كلامه دون مقاطعته بأجوبة معدة سلف، أو الادعاء بمعرفة ما سيقوله، أو الحكم المسبق على ما سيقوله.

- مهارة القراءة لدى العمال

تمثل القراءة إحدى المهارات الأساسية في عملية الاتصال، وتتضمن ترجمة تحويل المعلومات البصرية إلى أصوات منطوقة، وتتمثل هذه الطريقة من خلال القراءة الصامتة: أو عن طريق

القراءة الجهرية، وتعتمد على ثلاثة عناصر هي : رؤية الرمز بالعين، نشاط الذهن في إدراك معنى الرمز ، التلفظ بالصوت المعبر عما يدل عليه الرمز¹.

ثانياً: الإجراءات المنهجية لدراسة:

1. أدوات جمع البيانات:

تختلف عملية جمع المعلومات والبيانات في البحث العلمي من مرحلة إلى أخرى، تبعاً لنوع المعلومة ومدى الحاجة إليها وتوظيفها ، ويحتاج الباحث إلى معلومات من نوع آخر ستحصل بأدوات أخرى للتحقق من الافتراضات، والتوصل إلى النتائج وتفسيرها وتحليلها².

وقد تمّ الاعتماد في دراستنا على الأداة البحثية التالية:

1.1 استمارة الاستبيان:

ويعرف الدكتور محمد عبد الحميد الاستمارة على أنها أسلوب لجمع البيانات تستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق وآراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات.

واستمارة البحث نموذج يضم أسئلة توجه إلى المبحوثين من أجل الحصول على المعلومات

¹ مقابلة مع عليوة منيرة، مسير تقني إداري بخلية الاتصال على مستوى المديرية العامة لمؤسسة ميناء سكيكدة ، بتاريخ 2024/05/20.

² مصطفى حميد الطائي وآخرون، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، ط1، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر الإسكندرية، 2008، ص 230.

يتم ملؤه مباشرة من طرف المبحوثين¹.

ومن خلال هذه الدراسة تم توزيع استمارة الاستبيان على عمال ميناء سكيكدة.

2. حدود الدراسة:

إن أي دراسة علمية تسعى إلى تحقيق أهداف معينة لا يجب ان تتخلى عن إطارها المنهجي، بل ويجب أن تتقيد بحدود تفسر أهداف وسير الدراسة، وعليه فان حدود دراستنا تتمثل فيما يلي:

الحدود الموضوعية تقتصر هذه الدراسة على محاولة معرفة دور المهارات الإتصالية في فعالية العلاقات العامة بالمؤسسة الاقتصادية بميناء سكيكدة.

الحدود المكانية : أجريت هذه الدراسة في ميناء ولاية سكيكدة.

الحدود الزمانية امتدت الدراسة الميدانية لبحثنا من بداية شهر ديسمبر 2023 إلى نهاية شهر جوان من عام 2024.

3. مجتمع وعينة الدراسة:

1.3 مجتمع البحث:

يعرّف مجتمع البحث على أنّه : " مجموع الأفراد أو العناصر التي لها خصائص مشتركة والتي يهتم بها الباحث، ويشتمل مجتمع البحث على أفراد أو عناصر لها سمات متقاسمة

¹ صلاح الدين ،شروخ، منهجية البحث العلمي، دار العلوم للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2003، ص 92.

تجعلهم ينتمون إلى مجتمع بحث ما ، مختلفين بذلك عن مجتمعات بحث أخرى تجمع أفرادا أو عناصر لها خصائص أخرى¹. ويتمثل مجتمع البحث في عمال ميناء ولاية سكيكدة.

2.3 عينة الدراسة:

من المعروف أن العينة تستخرج من المجتمع الأصلي، فهي: "مجموعة من الأشخاص الذين ينتمون لمجتمع البحث وتكون العينة التي يتم اختيارها وفقا لمعايير دقيقة وعلمية²، ويتوقف صدق تمثيل العينة للمجتمع على طريقة اختيار العينة وحجم العينة³.

ولتحديد مفردات عينة دراستنا قمنا باختيار العينة القصدية بأسماء متعددة مثل العينة العرضية، أو العينة العمدية، أو العينة النمطية وتتمثل عينة الدراسة في عمال ميناء سكيكدة والذي يبلغ عددهم 200 عامل في حين تم توزيع الاستمارة على 30 عامل.

¹المياء مرتاض ديناميكية البحث في العلوم الإنسانية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع الجزائر، د،س، ص202.

² اعمار بوحوش، وآخرون منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا 2019، صص 68-69.

³ محمد الصاوي محمد مبارك ، البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته ، ط 1 ، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1992، ص

ثالثاً: تفرغ البيانات المستخلصة من الدراسة الميدانية

المحور الأول: دور مهارة الاستماع لدى رجل العلاقات العامة في تحسين عملية التواصل بين إدارة المؤسسة والموظفين

مستوى الدلالة	معامل الارتباط بيرسون	العبرة	مستوى الدلالة	معامل الارتباط بيرسون	العبرة
<0.001	0.741**	9	0.006	0.489**	1
<0.001	0.596**	10	0.054	0.355	2
0.002	0.543**	11	<0.001	0.668**	3
<0.001	0.636**	12	<0.001	0.614**	4
<0.001	0.728**	13	0.067	0.339	5
0.003	0.539**	14	<0.001	0.639**	6
0.105	0.302	15	0.054	0.639**	7
				0.355	8
المحور الأول					
** : الارتباط دال احصائياً عند مستوى دلالة 0.01					

المصدر : من إعداد الطالب بالإعتماد على نتائج برنامج Spss sv 2021

التعليق:

يقدم الجدول رقم 01 تحليلاً لارتباط معاملات بيرسون مع العبارات المختلفة ومستوى دلالتها

الإحصائية حيث يبين أن:

أعلى نسبة ارتباط هي للعبرة 9 بمعامل ارتباط بيرسون قدره 0.741 ومستوى دلالة <0.001،

مما يشير إلى ارتباط قوي وإحصائياً دال. تليها العبرة 13 بمعامل ارتباط 0.728 ومستوى

دلالة <0.001 ، ثم العبارة 3 بمعامل ارتباط 0.668 ومستوى دلالة <0.001 ، مما يدل على ارتباط قوي أيضاً.

نستمر مع العبارة 12 بمعامل ارتباط 0.636 ومستوى دلالة <0.001 ، وكذلك العبارة 4 بمعامل ارتباط 0.614 ومستوى دلالة <0.001 . العبارة 6 تأتي بعد ذلك بمعامل ارتباط 0.639 ومستوى دلالة <0.001 . يليها العبارة 1 بمعامل ارتباط 0.489 ومستوى دلالة 0.006، والعبارة 10 بمعامل ارتباط 0.596 ومستوى دلالة <0.001 .

نلاحظ تراجع معامل الارتباط مع العبارة 11 (0.543، مستوى دلالة 0.002)، ثم العبارة 14 (0.539، مستوى دلالة 0.003). العبارة 7 والعبارة 2 لديهما مستوى دلالة 0.054 ومعاملات ارتباط 0.355 و0.639 على التوالي، ولكن ارتباط العبارة 7 غير دال إحصائياً. العبارات التي لم تظهر ارتباطاً دالاً إحصائياً هي العبارة 5 (معامل ارتباط 0.339 ومستوى دلالة 0.067) والعبارة 15 (معامل ارتباط 0.302 ومستوى دلالة 0.105). العبارة 8 ليس لها قيمة ارتباط مذكورة.

التحليل:

العبارات: 9، 10، 11، 12، 13، 14، 3، 4، 6.

هذه العبارات تظهر معامل ارتباط قوي وموجب، مما يشير إلى أن مهارة الاستماع لدى رجل العلاقات العامة لها تأثير إيجابي وملحوظ في تحسين عملية التواصل بين إدارة المؤسسة والموظفين.

عبارات ذات دلالة إحصائية متوسطة (مستوى دلالة بين 0.01 و 0.05)

العبارات:

العبارة 1 تظهر ارتباطاً إيجابياً متوسط القوة، مما يشير إلى تأثير إيجابي ولكن ليس بالقوة ذاتها للعبارات ذات الدلالة العالية). مستوى دلالة: $0.05 >$ عبارات غير دالة إحصائياً

العبارات: 2، 5، 7، 8، 15.

هذه العبارات تظهر معاملات ارتباط أقل قوة، وبعضها غير دال إحصائياً، مما يشير إلى أن العلاقة بين مهارة الاستماع وتحسين التواصل في هذه العبارات ليست قوية أو موثوقة بشكل كافٍ.

ومن هنا نستنتج:

نجد أن هناك أدلة قوية على أن مهارة الاستماع تلعب دوراً مهماً وإيجابياً في تحسين التواصل، كما أن معظم العبارات تظهر معاملات ارتباط قوية ودالة إحصائياً، مما يعزز

الفرضية بأن تحسين مهارة الاستماع يمكن أن يؤدي إلى تحسين التواصل الفعال داخل المؤسسة.

لكن هناك بعض العبارات التي لم تظهر نتائج دالة إحصائياً، مما يشير إلى أن هناك عوامل أخرى قد تؤثر على تحسين التواصل والتي قد تحتاج إلى دراسة أعمق.

بناءً على ذلك، يمكن للإدارة التركيز على تحسين مهارات الاستماع لدى رجال العلاقات العامة كجزء من استراتيجيتها لتحسين التواصل الداخلي، مع أخذ العوامل الأخرى في الاعتبار لتحقيق نتائج أفضل وشاملة.

المحور الثاني: مساهمة المهارات الكتابية لرجال العلاقات العامة في الربط بين مصالحي المؤسسة

العبارة	معامل الارتباط بيرسون	مستوى الدلالة	العبارة	معامل الارتباط بيرسون	مستوى الدلالة
1	0.680**	<0.001	10	0.758**	<0.001
2	0.545**	0.002	11	0.698**	<0.001
3	0.607**	<0.001	12	0.758**	<0.001
4	0.407**	0.026	13	0.696**	<0.001
5	0.331	0.074	14	0.678**	<0.001
6	0.730**	<0.001	15	0.858**	<0.001
7	0.331	0.047	16	0.777**	<0.001
8	0.806**	<0.001	17	0.621**	<0.001
9	0.710**	<0.001	18	0.552**	0.002
المحور الثاني					
** : الارتباط دال احصائياً عند مستوى دلالة 0.01					

المصدر : من إعداد الطالب بالإعتماد على نتائج برنامج Spss sv 2021

التعليق:

يستعرض الجدول رقم 02 تحليل ارتباط معاملات بيرسون مع العبارات المختلفة ومستوى دلالتها الإحصائية حيث يمثل الجدول:

أعلى نسبة ارتباط هي للعبارة 15 بمعامل ارتباط بيرسون قدره 0.858 ومستوى دلالة <0.001 ، مما يشير إلى ارتباط قوي جدًا وإحصائيًا دال. تليها العبارة 8 بمعامل ارتباط 0.806 ومستوى دلالة <0.001 ، ثم العبارة 16 بمعامل ارتباط 0.777 ومستوى دلالة <0.001 ، مما يدل أيضًا على ارتباط قوي.

العبارات 10 و12 تأتي في المرتبة التالية بمعامل ارتباط 0.758 ومستوى دلالة <0.001 لكل منهما. العبارة 9 لديها معامل ارتباط 0.710 ومستوى دلالة <0.001 ، تليها العبارة 6 بمعامل ارتباط 0.730 ومستوى دلالة <0.001 .

ثم العبارة 11 بمعامل ارتباط 0.698 ومستوى دلالة <0.001 ، والعبارة 13 بمعامل ارتباط 0.696 ومستوى دلالة <0.001 ، والعبارة 1 بمعامل ارتباط 0.680 ومستوى دلالة <0.001 ، والعبارة 14 بمعامل ارتباط 0.678 ومستوى دلالة <0.001 . العبارة 17 لديها معامل ارتباط 0.621 ومستوى دلالة <0.001 ، تليها العبارة 3 بمعامل ارتباط 0.607 ومستوى دلالة <0.001 .

العبارات التي لديها ارتباط متوسط ولكن دال إحصائيًا هي العبارة 2 (معامل ارتباط 0.545 ومستوى دلالة 0.002) والعبارة 18 (معامل ارتباط 0.552 ومستوى دلالة 0.002).

العبارات التي لم تظهر ارتباطًا دالًا إحصائيًا هي العبارة 4 (معامل ارتباط 0.407 ومستوى دلالة 0.026)، العبارة 7 (معامل ارتباط 0.331 ومستوى دلالة 0.047) والعبارة 5 (معامل ارتباط 0.331 ومستوى دلالة 0.074).

التحليل:

"مستوى الدلالة:"

تشير قيم مستوى الدلالة إلى مدى الثقة في أن الارتباطات الملاحظة بين المتغيرات هي غير عشوائية. بالنظر إلى أن جميع القيم أقل من 0.001 (باستثناء الصفوف 13 و 14)، فإن ذلك يشير إلى أن الارتباطات تعتبر إحصائيًا معنوية بشكل كبير.

يشير ذلك إلى أن المهارات الكتابية لرجل العلاقات العامة تلعب دورًا مهمًا في الربط بين مصالح المؤسسة، حيث يمكن استخدام هذه المهارات بشكل فعال لتحقيق أهداف المؤسسة وتعزيز العلاقات مع الجمهور والعملاء.

"معامل الارتباط:" تظهر قيم معامل الارتباط أن هناك علاقة إيجابية بين المهارات الكتابية لرجل العلاقات العامة وبين القدرة على ربط مصالح المؤسسة. كلما زاد معامل الارتباط، كانت العلاقة بين المتغيرات أقوى.

ومن هنا نستنتج أن استخدام المهارات الكتابية بفعالية يمكن أن يسهم في تعزيز الارتباط بين المؤسسة وأطراف أخرى مثل العملاء والشركاء والجمهور بشكل عام.

المحور الثالث : دور المهارات اللفظية لرجل العلاقات العامة في دعم التواصل داخل المؤسسة

مستوى الدلالة	معامل الارتباط بيرسون	العبرة	مستوى الدلالة	معامل الارتباط بيرسون	العبرة
<0.001	0.666**	9	<0.001	0.726**	1
<0.001	0.854**	10	<0.001	0.660**	2
<0.001	0.601**	11	<0.001	0.725**	3
0.068	0.338	12	<0.001	0.555**	4
<0.001	0.873**	13	0.002	0.547**	5
<0.001	0.819**	14	0.006	0.493**	6
<0.001	0.806**	15	<0.001	0.829**	7
			<0.001	0.635**	8
المحور الثالث					
** : الارتباط دال احصائيا عند مستوى دلالة 0.01					

المصدر : من إعداد الطالب بالإعتماد على نتائج برنامج Spss sv 2021

التعليق:

يستعرض الجدول رقم 03 تحليل ارتباط معاملات بيرسون مع العبارات المختلفة ومستوى دلالتها الإحصائية. سنبدأ بتحليل النتائج من أعلى نسبة ارتباط إلى أدناها، ثم نستخلص استنتاجًا عامًا.

أعلى نسبة ارتباط هي للعبارة 13 بمعامل ارتباط بيرسون قدره 0.873 ومستوى دلالة <0.001 ، مما يشير إلى ارتباط قوي جدًا ودال إحصائيًا. تليها العبارة 10 بمعامل ارتباط 0.854 ومستوى دلالة <0.001 ، ثم العبارة 14 بمعامل ارتباط 0.819 ومستوى دلالة <0.001 ، مما يدل أيضًا على ارتباط قوي.

العبارات 15 و 7 تأتي في المرتبة التالية بمعامل ارتباط 0.806 و 0.829 ومستوى دلالة <0.001 لكل منهما. العبارة 1 لديها معامل ارتباط 0.726 ومستوى دلالة <0.001 ، تليها العبارة 3 بمعامل ارتباط 0.725 ومستوى دلالة <0.001 ، والعبارة 9 بمعامل ارتباط 0.666 ومستوى دلالة <0.001 .

ثم العبارة 2 بمعامل ارتباط 0.660 ومستوى دلالة <0.001 ، والعبارة 8 بمعامل ارتباط 0.635 ومستوى دلالة <0.001 ، والعبارة 11 بمعامل ارتباط 0.601 ومستوى دلالة <0.001 . العبارة 4 لديها معامل ارتباط 0.555 ومستوى دلالة <0.001 ، تليها العبارة 5 بمعامل ارتباط 0.547 ومستوى دلالة 0.002.

العبارات التي لديها ارتباط متوسط ولكن دال إحصائيًا هي العبارة 6 (معامل ارتباط 0.493 ومستوى دلالة 0.006).

العبارة الوحيدة التي لم تظهر ارتباطًا دالًا إحصائيًا هي العبارة 12 (معامل ارتباط 0.338 ومستوى دلالة 0.068).

التحليل:

"مستوى الدلالة:"

مرة أخرى، جميع القيم في عمود مستوى الدلالة أقل من 0.001، مما يشير إلى أن الارتباطات هي إحصائية معنوية بشكل كبير.

يُظهر ذلك أن المهارات اللفظية لرجل العلاقات العامة تلعب دورًا مهمًا في دعم التواصل داخل المؤسسة.

"معامل الارتباط:"

تظهر قيم معامل الارتباط أن هناك علاقة إيجابية بين المهارات اللفظية وبين القدرة على دعم التواصل داخل المؤسسة.

جميع القيم موجبة وتتراوح بين 0.338 و 0.873، مما يعني أنه كلما زادت المهارات اللفظية، زادت القدرة على دعم التواصل داخل المؤسسة.

المحور الثالث:

يُشير إلى أن الارتباطات جميعها دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01، مما يؤكد على أهمية وقوة العلاقات الملموسة التي تم التحقق منها في الجدول.

نستنتج بأن المهارات اللفظية لرجل العلاقات العامة تلعب دوراً مهماً في دعم التواصل داخل المؤسسة، حيث يمكن استخدام هذه المهارات بشكل فعال لتعزيز التفاهم وبناء العلاقات القوية بين مختلف أقسام المؤسسة.

الجدول رقم 04:

المحاور	معامل الارتباط بيرسون	مستوى الدلالة	الدلالة الإحصائية
المحور الاول	0.470**	0.009	دال احصائيا
المحور الثاني	0.626**	<0.001	دال احصائيا
المحور الثالث	0.832**	<0.001	دال احصائيا
** :الارتباط دال احصائيا عند مستوى دلالة 0.01			

المصدر : من إعداد الطالب بالإعتماد على نتائج برنامج Spss sv 2021

التعليق:

يستعرض الجدول رقم 04 تحليل ارتباط معاملات بيرسون مع المحاور المختلفة ومستوى دلالتها الإحصائية حيث تبين أن:

أعلى نسبة ارتباط هي للمحور الثالث بمعامل ارتباط بيرسون قدره 0.832 ومستوى دلالة <0.001 ، مما يشير إلى ارتباط قوي جداً ودال إحصائياً. يلي ذلك المحور الثاني بمعامل ارتباط 0.626 ومستوى دلالة <0.001 ، مما يدل على ارتباط قوي ودال إحصائياً. يأتي المحور الأول في المرتبة الأخيرة بمعامل ارتباط 0.470 ومستوى دلالة 0.009، مما يدل على ارتباط متوسط ودال إحصائياً.

التحليل:

"الدلالة الإحصائية:"

تظهر الدلالة الإحصائية في الجدول على أن جميع الارتباطات المذكورة هي إحصائياً معنوية. القيم المعروضة تُظهر مستوى دلالة الارتباطات، حيث أن أول قيمة هي 0.009، والثانية أقل من 0.001، والثالثة أيضاً أقل من 0.001.

"مستوى الدلالة:"

تظهر القيم المعروضة في هذا العمود مستوى دلالة الارتباطات. وتبدو جميعها أقل من 0.01، مما يشير إلى أن الارتباطات تعتبر إحصائياً معنوية عند مستوى الدلالة 0.01.

"معامل الارتباط بيرسون:"

يُظهر هذا العمود قيم معامل الارتباط بيرسون لكل من المحاور المختلفة.

جميع القيم هي موجبة وتتراوح بين 0.470 و 0.832، مما يشير إلى وجود علاقة إيجابية بين المتغيرات.

"المحاور":

تظهر هذه العبارة المحاور المختلفة التي تم تحليل الارتباطات فيها.

المحور الثالث:

يُشير إلى أن الارتباطات جميعها دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01، مما يؤكد على قوة العلاقات الملموسة التي تم التحقق منها في الجدول.

الاستنتاج : يمكن القول بأن هناك علاقات إيجابية معنوية إحصائياً بين معاملات بيرسون وبين المحاور المختلفة، وهذا يمكن أن يساعد في فهم العلاقات بين المتغيرات وتحليلها بشكل

أفضل

الجدول رقم 05:

المحاور	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ()	(الصدق=)
المحور الاول	15-1	0.836	0.914
المحور الثاني	18-1	0.919	0.958
المحور الثالث	15-1	0.914	0.956
الاجمالي	47-1	0.954	0.976

التعليق:

يستعرض الجدول القيم المتعلقة بالصدق ومعامل ألفا كرونباخ لعدة محاور مختلفة بالإضافة إلى القيم الإجمالية لجميع المحاور حيث تبين أن:

أعلى قيمة صدق ومعامل ألفا كرونباخ موجودة في القيم الإجمالية، حيث بلغت قيمة الصدق 0.976 ومعامل ألفا كرونباخ 0.954 لعدد 47 عبارة.

في المرتبة الثانية يأتي المحور الثاني، حيث بلغت قيمة الصدق 0.958 ومعامل ألفا كرونباخ 0.919 لعدد 18 عبارة. يُظهر هذا المحور مستوى عاليًا من الصدق والموثوقية 0

المحور الثالث يأتي في المرتبة الثالثة، حيث بلغت قيمة الصدق 0.956 ومعامل ألفا كرونباخ 0.914 لعدد 15 عبارة. يُظهر هذا المحور مستوى مشابه للمحور الثاني من حيث الصدق والموثوقية، مما يشير إلى تماسك داخلي قوي بين العبارات المستخدمة وقياس دقيق للمفهوم.

أخيرًا، يأتي المحور الأول حيث بلغت قيمة الصدق 0.914 ومعامل ألفا كرونباخ 0.836 لعدد 15 عبارة. على الرغم من أن هذا المحور يُظهر مستوى جيد من الصدق والموثوقية، إلا أنه أدنى مقارنة بالمحاور الأخرى والقيم الإجمالية.

التحليل:

"الصدق":

تظهر القيم المعروضة في هذا العمود الصدق الداخلي لكل محور. يتم قياس الصدق الداخلي لتحديد مدى موثوقية النتائج المستمدة من الاختبار أو الاستطلاع. القيم تتراوح بين 0 و 1، حيث يكون الصدق أعلى كلما اقتربت القيمة من 1.

القيم المعطاة هي 0.914، 0.958، 0.956، و 0.976 للمحاور الأول والثاني والثالث على التوالي، مما يشير إلى وجود صدق مقبول للعبارات في كل من المحاور.

"معامل ألفا كرونباخ":

يُستخدم معامل ألفا كرونباخ لقياس الصدق الداخلي لمقياس أو اختبار. يتم قياسه أيضًا بين 0 و 1، حيث يُعتبر الصدق جيدًا إذا كانت القيمة أكبر من 0.7.

القيم المعطاة هي 0.836، 0.919، 0.914، و 0.954 للمحاور الأول والثاني والثالث والإجمالي على التوالي، مما يُظهر أن لديهم جميعًا مستويات جيدة من الصدق الداخلي.

"عدد العبارات":

يوضح هذا العمود عدد العبارات التي تم استخدامها في كل محور.

"المحاور:"

يُظهر هذا العمود المحاور المختلفة التي تم تقييمها.

الاستنتاج: تظهر القيم المعطاة للصدق ومعامل ألفا كرونباخ أن هناك صدقًا مقبولًا ومستوى جيد من الصدق الداخلي للمقاييس في جميع المحاور، بما في ذلك الصدق الإجمالي للمقياس.

النتائج العامة:

- تشير النتائج إلى أن الغالبية العظمى من المشاركين (80%) يشعرون بأن البيئة الإيجابية والتعاونية تُخلق دائمًا في محيطهم، مما يدل على نجاح كبير في تحقيق هذا الهدف. ومع ذلك، هناك نسبة صغيرة (20%) من المشاركين يشعرون بوجود بعض الفترات التي لا تكون فيها البيئة إيجابية وتعاونية بشكل كامل. بناءً على هذه النتائج، يمكن القول إن البيئة العامة للمحيط تبدو إيجابية وتعاونية بشكل عام، ولكن هناك فرصة لتحسين بعض الجوانب لضمان استمرارية هذه البيئة وتعزيزها.
- الأغلبية العظمى من المشاركين (86.7%) يثقون دائمًا بإدارة المؤسسة، مما يُعزز إلزامهم بأداء واجباتهم.

- إن الأغلبية العظمى من المشاركين (86.7%) يقومون دائماً بالإنصات لانشغالات زملائهم والاهتمام بها. يُظهر هذا المؤشر انخراطاً عالياً من الموظفين في دعم بعضهم البعض والاهتمام بمشاكلهم وانشغالاتهم.
- إن المبحوثين (80%) يتيحون دائماً فرصة التعبير عن مقترحاتهم وآرائهم. يُظهر هذا المؤشر أن الإدارة أو البيئة العمل تدعم بشكل كبير مشاركة الموظفين والاستماع إلى آرائهم ومقترحاتهم.
- بينت النتائج أن المؤشر "دائماً" جاء في المرتبة الأولى بنسبة 76.7%، مما يشير إلى أن الأغلبية العظمى من المشاركين (76.7%) يعززون دائماً شعور زملائهم بالمشاركة في عملية صنع القرار. يُظهر هذا المؤشر تفاعلاً إيجابياً من قبل المشاركين في تشجيع المشاركة والتعاون في عمليات صنع القرار.
- إن الفهم والتواصل الفعال حول المشكلات والصراعات يحدث بشكل جيد، مع وجود بعض الفرص لتحسين الفهم والتواصل في بعض الحالات.
- إن مهارة الاستماع تلعب دوراً حاسماً في تحسين عملية التواصل بين إدارة المؤسسة المينائية في سكيكدة والموظفين. من خلال الاستماع الفعال، يمكن لرجل العلاقات العامة أن يفهم بشكل أفضل احتياجات ومشاكل الموظفين والمديرين. بالاستماع الجيد، يمكن لهم تقديم الدعم المناسب وتبني سياسات واستراتيجيات تواصل فعالة.

- إن المهارات الكتابية تساهم في التنسيق بين مختلف مصالح المؤسسة المينائية في سكيكدة من خلال كتابة الرسائل الإلكترونية والتقارير والوثائق الرسمية. يمكن لرجل العلاقات العامة استخدام مهارات الكتابة لتوضيح الأهداف والتوجيهات وتوزيع المعلومات بشكل فعّال، مما يساهم في تحقيق التنسيق والتواصل السلس بين مختلف الأقسام والفرق في المؤسسة.

- إن المهارات اللفظية وغير اللفظية الشفهية تساعد رجل العلاقات العامة في مواجهة الأزمات الداخلية في مؤسسة الميناء بسكيكدة بطرق متعددة. على سبيل المثال، يمكن للمهارات اللفظية الشفهية مثل القدرة على التحدث بوضوح والتفاعل مع الموظفين بشكل فعّال أثناء فترات الضغط أن تساعد في تهدئة الأوضاع وإدارة التوتر. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للمهارات غير اللفظية مثل لغة الجسد والتواصل غير اللفظي أن تساعد في فهم العواطف والمشاعر وتحسين التواصل البيني في حالات الأزمات والتحديات

خاتمة

خاتمة:

في ختام هذه الدراسة التي جاءت بعنوان "دور المهارات الإتصالية في فعالية العلاقات العامة بالمؤسسة الاقتصادية" بميناء سكيكدة، نجد أن المهارات الإتصالية تلعب دوراً حاسماً في فعالية العلاقات العامة بالمؤسسة الاقتصادية. من خلال تحليل البيانات والنتائج، تبين لنا أن تطبيق وتنمية هذه المهارات يسهم بشكل كبير في تعزيز التواصل الداخلي والخارجي، وبناء علاقات قوية ومثمرة مع العملاء والشركاء والمجتمع.

توجد عدة جوانب تعزز من أهمية المهارات الإتصالية، بما في ذلك القدرة على فهم احتياجات الآخرين، وتبادل المعلومات بشكل فعال، وتوجيه الرسائل بوضوح ودقة، وتقديم الدعم وحل المشاكل بفاعلية. كما أظهرت الدراسة أن تطوير مهارات الاستماع، والكتابة، والتحدث، والتواصل غير اللفظي يمكن أن يسهم في تعزيز العلاقات العامة وتحقيق أهداف المؤسسة بشكل أفضل.

من هنا، يبرز أهمية استثمار المؤسسات الاقتصادية في تطوير مهارات موظفيها في مجال الاتصال والعلاقات العامة. من خلال تدريبات مستمرة وبرامج تطوير متخصصة، يمكن تعزيز قدرات الفريق على التواصل بشكل فعال، وبناء علاقات مثمرة مع جميع أطراف العمل، مما يساهم في نجاح المؤسسة وتحقيق أهدافها بشكل مستدام.

التوصيات:

بناءً على النتائج التي توصلنا إليها في دراستنا حول دور المهارات الاتصالية في فعالية العلاقات العامة بالمؤسسة الاقتصادية بميناء سكيكدة، يمكن تقديم التوصيات التالية:

1. توفير دورات تدريبية وورش عمل متخصصة: يجب على المؤسسة تقديم برامج تدريبية متخصصة في تطوير المهارات الاتصالية لموظفيها، بما في ذلك الاستماع الفعال، والتحدث الواضح، والكتابة الفعالة.

2. تعزيز ثقافة التواصل الفعال: ينبغي على الإدارة تشجيع ثقافة التواصل المفتوح والشفاف داخل المؤسسة، وتشجيع الموظفين على تبادل المعلومات والآراء بشكل منظم.

3. تطوير القدرات اللغوية: يجب توفير الدعم والتدريب اللازم لتطوير مهارات اللغة لدى الموظفين، سواء في اللغة العربية أو اللغات الأخرى المستخدمة في التواصل مع العملاء والشركاء.

4. استخدام التكنولوجيا بفعالية: يمكن استخدام التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الاتصال الداخلي والخارجي، وتحسين التفاعل مع العملاء والمجتمع.

5. تحفيز الابتكار والإبداع: يجب تشجيع الموظفين على تطوير أفكار جديدة لتعزيز العلاقات العامة للمؤسسة، وتحسين سمعتها ومكانتها في السوق.

6. قياس وتقييم الأداء: ينبغي على المؤسسة تقييم فعالية برامج تطوير المهارات الاتصالية وقياس تأثيرها على العلاقات العامة وأداء المؤسسة بشكل عام، وتعديل الاستراتيجيات والبرامج حسب الحاجة.

الآفاق المستقبلية:

بناءً على النتائج والتوصيات التي تم التوصل إليها في دراستنا حول دور المهارات الاتصالية في فعالية العلاقات العامة بالمؤسسة الاقتصادية في ميناء سكيكدة، يمكن تحديد الآفاق المستقبلية لهذه الدراسة على النحو التالي:

1. توجه نحو تطبيقات تكنولوجية متقدمة: يمكن استخدام التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي والتحليلات الضخمة لتحسين وتطوير استراتيجيات الاتصال وتحليل البيانات لفهم أفضل لاحتياجات العملاء وتلبيتها.
2. تعزيز دور وسائل التواصل الاجتماعي: من خلال توظيف استراتيجيات تسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، يمكن للمؤسسة الاقتصادية في ميناء سكيكدة بناء علاقات أكثر تفاعلاً وتواصلًا مع العملاء والشركاء التجاريين.
3. تطوير برامج تدريبية مستمرة: يجب على المؤسسة الاقتصادية استمرار توفير البرامج التدريبية لتطوير مهارات الاتصال لدى الموظفين، وذلك من خلال توجيه الاستثمار نحو تطوير قدرات الفريق في هذا المجال.

4. اعتماد استراتيجيات جديدة في إدارة الأزمات: ينبغي على المؤسسة الاقتصادية

استكشاف وتطبيق استراتيجيات جديدة لإدارة الأزمات والتحديات الخارجية، مما

يساعدها على الاستجابة بفعالية للمواقف الصعبة.

5. توسيع نطاق العلاقات العامة الدولية: يمكن للمؤسسة الاقتصادية في ميناء سكيكدة

الاستفادة من الفرص الدولية وتوسيع شبكة علاقاتها العامة عبر التعاون مع منظمات

دولية ومؤسسات حكومية وخاصة في دول أخرى.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

قائمة الكتب:

1. وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي ، الاتصال و وسائله ، دار الكتاب الجامعي .
2. بشير العلاق ، الاتصال في المنظمات العامة، دار اليازوري ، ط1، الأردن - عمان .
3. شعبان فرج ، الاتصالات الإدارية، دار أسامة، ط1 ، عمان .
4. يسرى خالد ابراهيم ، وآخرون، نظريات الاتصال ، ط 2، كلية الإعلام بغداد ، العراق .
5. ميساء محمد مصطفى أحمد ، " أثر استخدام بعض تطبيقات الويب في مقرر تكنولوجيا التعليم على تنمية بعض المهارات الحياتية لدى طلاب الفرقة الثانية شعبة الفلسفة والاجتماع بكلية التربية" ، كلية التربية ، جامعة بنها، مصر، مازن عبد الهادي وآخرون ، المهارة الحركية ، ط1 ، جامعة بابل ، العراق .
6. رعد الزامل ، مهارات الحياة ، فريق عون ، سالم حسن باناصر ، المهارات الحياتية وتأثيرها على الفرد ، المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية ، المجلد 10، العدد 3 ، علي ساهي ، عائشة قره ، المهارات الاتصالية للإعلاميين ودورها في تنمية الوعي
7. البيئي ، مجلة العلوم الإدارية والمالية ، المجلد 3 ، العدد 1 ، دلشاد محمد علي ، مهارات الاتصال لدى رؤساء الاقسام الكاديمية لي جامعة الموصل من وجهة نظر أعضاء الهيئة التدريسية ، مجلة نسق ، مجلد 38، العدد 7.

قائمة المراجع

8. كرام عبد الرزاق ، محاضرات منشورة ، مقياس الاتصال،جامعة الوادي ، 2021 .
9. محمد الصيرفي ، الإحتراف الإداري ، ط 1، دار المنهل ، مصر ، 2014 .
10. بشير عباس العلق ، دليل كتابة التقارير ، الدار العربية للموسوعات ، ط 1، لبنان، 1983 .
11. هبة عبد الكريم يوسف زيدان ، كيف يمكن إدارة الشكوى السياحية ، ملتقى دولي، جامعة فروس بالإسكندرية ، 2017.
12. محمد منير حجاب ، ومحمد سحر وهبي ، المداخل الأساسية للعلاقات العامة ، المدخل العام ، المدخل البيئي ، المدخل الإداري ، المدخل البحثي ، دار الفجوة للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 1995.
13. جميل أحمد خضر، العلاقات العامة ، دار المسيرة للطباعة والنشر ، عمان ، 1998.
14. إبراهيم إمام ، فن العلاقات العامة و الإعلام ، ط 2 ، القاهرة ، 1968 .
15. على الزعبي ، مروان بدر السمعيات ، إدارة العلاقات العامة ، مجموعة اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، د ، م ، 2019 .
16. بشير العلق ، العلاقات العامة في الأزمات ، دار اليازوري ، الأردن 2014 .

قائمة المراجع

17. محمد ناجي الجوهري ، الاتصال التنظيمي ، ط1 ، دار الكتاب الجامعي ، الإمارات ، 2000 .
18. -أحمد صبيح ، إستراتيجية العلاقات العامة والإعلام بمصلحة الجمارك ، دار النهضة العربية ، مصر، د، س .
19. خالد المطرب ، مهارات الاتصال ، جامعة الملك فيصل ، د ، س .
20. واللغات ، المجلد 17، العدد 19 .
21. نايل يوسف سيف ، أنواع ووظائف معارات الاتصال الغير اللفظي لدى معلمي اللغة العربية للناطقين بغيره ا، جامعة سوهاج ، السعودية ، 2020 .
22. أحمد حمدان محمد برهوم ، واقع إدارة اجتماعات الاقسام الأكاديمية بالجامعات الفلسطينية من منظور أعضاء هيئات التدريس وسبل تفعيلها،رسالة ماجستير، جامعة غزة، فلسطين، 2006.
23. ليليا شاوي، تقنيات الاتصال، محاضرات منشورة ، كلية علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر 3،2021.
24. مصطفى حميد الطائي وآخرون، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر الإسكندرية، 2008.
25. صلاح الدين ،شروخ ، منهجية البحث العلمي، دار العلوم للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2003.

قائمة المراجع

26. لمياء مرتاض ديناميكية البحث في العلوم الإنسانية، دار هومة للطباعة والنشر و التوزيع الجزائر، د، س.

27. محمد الصاوي محمد مبارك ، البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته ، ط 1 ، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1992.

28. الهادي خالدي، المرشد المفيد في المنهجية و تقنيات البحث العلمي، الجزائر، دار هوما للطباعة والنشر والتوزيع، 1996.

29. المشوخي حمد سليمان، تقنيات ومناهج البحث العلمي، ط1، القاهرة، دار الفكر العربي، 2002 .

30. العساف، أحمد صالح محمد ، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، ط 4 ، الرياض ، 2006 .

قائمة المجالات:

1. قرادي محمد ، مخد النظرية البنائية الوظيفية الإسلامية و النظرية البديلة ، المجلد 07 ، العدد 30، مجلة العلوم الاجتماعية ، جامعة الأغواط ، الجزائر.

2. غربي محمد ، قلواز إبراهيم ، النظرية البنائية الوظيفية : نحو رؤية جديدة لتفسير

الظاهرة الاجتماعية ، مجلد 01 ، العدد 03 ، مجلة التمكين الاجتماعي ، المركز

الجامعي تيسمسيلت ، الجزائر.

قائمة المراجع

3. عبد القادر بن عبيد الله الحميري ، واقع ممارسة أعضاء هيئة التدريس بكلية العلوم لمهارات الاتصال الفعال مع طلابهم وعلاقته ببعض المتغيرات ، المجلة الدولية التربوية المتخصصة ، المجلد 6 ، العدد 12 .
4. قائد محمد عقلان ، مهارة إعداد وكتابة التقارير الإدارية ، مجلة جامعة صنعاء للعلوم الإنسانية، المجلد 1، العدد 2، 2024 .
5. حبي سعاد ، قجة رضا ، القيادة التشاركية في ظل مراحل تسيير المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ، مجلة المعيار ، مجلد 25 ، العدد 58 ، 2021 .
6. حواسة جمال ، دور العلاقات العامة في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية ، مجلة العلوم الاجتماعية ، جامعة الاغواط ، المجلد 7 ، عدد 30 ، 2018 .
7. العربي بن داود ، قودة عزيز ، دور العلاقات العامة في تحسين سيرورة المؤسسة الجزائرية الاقتصادية ، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات ، المجلد 5 ، العدد 4 ، 2022 .
8. تحريشي عبد الحفيظ ، قانة أمال ، تقنيات تدريس مهارة الإستماع ، مجلة حوليات جامعة بشار في الآداب .
9. دايرة عايدة ، بلميرة سارة، الرموز التعبيرية كبديل للاتصال اللفظي والغير اللفظي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الزهير للدراسات والبحوث الاتصالية والإعلامية ، المجلد 2، العدد 3 ، 2022 .

قائمة المراجع

10. أمال عميرات ، الاتصال اللفظي والغير اللفظي في مجال الإعلام و الإتصال في بعده التعليمي التربوي ، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية ، المجلد 1، العدد 2، 2013 .

11. محمد سلامة محمد علي، تصميم أنشطة اثرائية لتنمية مهارات إدارة الاجتماعات وكتابة التقارير الإدارية لدى طلاب مدارس السياحة والفنادق، مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية، المجلد 6، العدد 11، 2022.

12. عبد الغني زمالي ، مهارة الإستماع وأهميتها في المرحلة الابتدائية ، مجلة الإشعاع ، جامعة سوق اهراس ، العدد الثامن ، 2017 .

قائمة المذكرات والمنشورات والمحاضرات

13. سامية بودير ، سهام بن سعيد ، إسقاط التعليمي لمبادئ النظرية البنائية في التعليم الثانوي ، مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر تخصص تعليمية اللغات ، جامعة ابن خلدون ، تيارت ، الجزائر .

14. لدرع نعيمة ، محاضرات في مقياس تكنولوجيا الاتصال ، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية ، جامعة تلمسان .

15. عبد الرحمان نشادي ، تكنولوجيا الاعلام والاتصال، محاضرات منشورة ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة البليدة 2 .

قائمة المراجع

16. أحسن راجحي ، التعليمات والمنشورات الإدارية بين الطبيعة ، مقال منشور ، كلية القانون جامعة الشارقة ، الإمارات .
17. باشوشي كنزة ، إدارة العلاقات العامة ، مطبوعة منشورة ، جامعة الجزائر 3 ، 2022 .
18. مباني محمد ، اقتصاد مؤسسة ، مطبوعة منشورة ، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر 3 ، 2019 .
19. درامشية لمياء ، بلقاسمي فاطمة، المؤسسة الاقتصادية في الجزائر دراسة تأصيلية ، مقال منشور، د ، س .
20. هودة سلطان قدوري ، محمد بن سعيد،نظام التكاليف على أساس الأنشطة ABC ، مقال منشور، جامعة سعيدة ، د ، س .
21. كريمة بنان ، وحدة تطبيقات العلاقات العامة ، مطبوعة بيداغوجية للتأهيل الجامعي ، جامعة الجزائر 3 ، 2022.
22. محمد محمود ياسر، أنواع المهارات اللغوية ، محاضرات منشورة ، مصر ، د ، س .
23. هارينه بنت عبد اللطيف ، تدريس مهارة الاستماع في المرحلة الثانوية ، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا ، جامعة مولانا مالك ابراهيم الإسلامية ، 2014 .
24. إسماعيل مرازقة ، تقنيات الاتصال، محاضرات منشورة، د، م ، د، س.
25. لغويل سهام، محاضرات في تقنيات التعبير الشفوي، جامعة أحمد زبانة، 2022.

قائمة المراجع

26. عبد العزيز نقبيل، تقنيات التعبير الشفوي، محاضرات منشورة ، جامعة قسنطينة، 2021.
27. سيما أدهم القنواطي، المقابلة الشخصية والمقابلة الهاتفية، بحث مقدم بجامعة دمشق، سوريا، د، س.
28. نجيب بوشارب ، تقنيات التعبير الشفوي ، محاضرات منشورة ، د، س.
29. اعمار بوحوش، وآخرون منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا 2019.

مواقع الكترونية

30. مدخل عام حول ماهية المؤسسة الاقتصادية،-<https://elearning.univ->
- msila.dz/moodle/pluginfile.php، الاطلاع : 2024/05/05 ، على الساعة : 02:00 .
31. العوامل المؤثرة في المقابلات الشخصية،<https://hrdiscussion.com/hr92655.html>، تاريخ النشر: 14:06 17/10/2014، تاريخ الاطلاع: 2024/05/05، على الساعة: 22:00.

الملاحق

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة

كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

إستمارة إستبيان حول :

دور المهارات الإتصالية في فعالية العلاقات العامة بالمؤسسة الاقتصادية

دراسة حالة المؤسسة المينائية - سكيكدة

تحت إشراف :

د. شابي سناء

إعداد الطالب :

علي مسيعد نورالدين

السلام عليكم.....

في إطار دراسة الميدانية للحصول على شهادة ماستر في علوم الإعلام و الإتصال و علاقات عامة , حول موضوع "دور المهارات الإتصالية في فعالية العلاقات العامة بالمؤسسة الاقتصادية" , نرجو منكم التكرم بالإطلاع على التوضيح المرفق لمعاني بعض المصطلحات و المفاهيم الواردة في الإستمارة , ثم التفضل بقراءة العبارات بتأني و (أمام الإختيار الذي ترونه مناسب , علما أن إجابتكم ستكون مفيدة جدا و لن تستخدم إلا X الإجابة بوضع علامة) في أغراض البحث العلمي .

السنة الجامعية 2023 / 2024

الملاحق

المحور الأول: دور مهارة الاستماع لدى رجل العلاقات العامة في تحسين عملية التواصل بين إدارة المؤسسة و الموظفين

البدائل			العبارات
أبدا	أحيانا	دائما	1- فهم احتياجات الموظفين و مشاعرهم يتم من خلال:
			01 - خلق بيئة عمل إيجابية و تعاونية
			02 - تعزيز ثقتهم بإدارة المؤسسة مما يزيد من التزامهم بعملهم
			03 - الإنصات لإنشغالاتهم و الإهتمام بها
أبدا	أحيانا	دائما	2- بناء الثقة و الاحترام بين الإدارة و الموظفين:
			01 - يتيح الإستماع الفعال للموظفين فرصة التعبير عنمقترحاتهم و آرائهم
			02 - يعزز شعورهم بالمشاركة في عملية صنع القرار
			03 - حل الخلافات و الإحتقانبشكل سلمي و بناء
			04 -يساهم في تحسين الأداء الوظيفي للموظفين و منه زيادة القدراتالإنتاجية للمؤسسة
أبدا	أحيانا	دائما	3- نقل رسائل الإدارة إلى الموظفين بوضوح و دقة :
			01 -المساعدة على فهم توجيهات الإدارة و نقلها الى الموظفين بوضوح و فعالية
			02 - تجنب سوء الفهم و التفسيرات الخاطئة
			03 - تعزيز التواصل الفعال
			04 - التقليل من احتمالية حدوث المشكلات و الخلافات
أبدا	أحيانا	دائما	4- حل الخلافات و الإحتقانبين الإدارة و الموظفين :
			01 - فهم وجهة نظرهم و مشاعرهم تجاه أي مشكلة أوصراع
			02 - ايجاد حلول مناسبة ترضي جميع الأطراف
			03 - تخفيف حدة التوتربين الإدارة و الموظفين
			04 - التعاطف مع الإدارة من طرف الموظفين يسهل عملية حل المشكلات بشكل سريع و فعال
المحور الثاني:مساهمة المهارات الكتابية لرجل العلاقات العامة في الربط بين مصالح المؤسسة			

الملاحق

تحديد الأهداف و وضع الخطط عن طريق:1-			
أبدا	أحيانا	دائما	01 - كتابة و توثيق أهداف المؤسسة بشكل واضح و دقيق
			02 - ضمان فهم جميع أقسام هذه الأهداف و العمل على تحقيقها بشكل موحد
			03 - صياغة خطط العمل بشكل منظم و واضح و هادف
			04 - تحديد المهام و المسؤوليات لكل قسم و تحديد المواعيد النهائية لإنجازها
			05 -التوجيه و الإرشاد
2- توثيق المعلومات و حفظ البيانات			
أبدا	أحيانا	دائما	01 - كتابة التقارير الدورية و السنوية بشكل منظم
			02 - التدوين في السجلات و المستندات القانونية
			03 - ضمان حماية حقوق المؤسسة و مصالحها من خلال أرشفة بياناتها بانتظام
			04 - إمكانية الرجوع للمعلومات عند الحاجة
3- حل المشكلات و اتخاذ القرارات			
			01 - كتابة تحليلات و تقارير مفصلة حول المشكلات التي تواجهها المؤسسة
			02 - البحث عن أسباب المشكلات و فهمها بشكل أفضل
			03 - كتابة توصيات و اقتراحات لحل المشكلات و اتخاذ القرارات بشكل فعال
			04 - استغلال المعلومات المخزنة في تفسير و تحليل المشكلات
4- تعزيز ثقافة العمل الجماعي			
			01 - كتابة منشورات في المنصة الافتراضية و تقارير تشيد بإنجازات الموظفين و تقدير جهودهم
			02 - صياغة منشورات و توزيعها تهدف إلى تحفيز العمل الجماعي -
			03 - خلق بيئة عمل إيجابية و تحفيزية من خلال تشجيع العمل الجماعي

الملاحق

			04 - تشارك و تبادل المعلومات
			05 - الربط بين الإدارة العليا و الدنيا
المحور الثالث : دور المهارات اللفظية لرجل العلاقات العامة في دعم التواصل داخل المؤسسة			
أبدا	أحيانا	دائما	1- استخدام الموظفين للمهارات اللفظية في التواصل يعتمد على التأويل
			01 - اختيار اللغة المناسبة حسب المستوى الوظيفي للأشخاص
			02 - العفوية في توجيه الرسالة الكلامية
			03 - التفاعلية و ابداء الآراء و التحاور من خلال ديناميكية الجماعات
			04 - تحديد هدف الرسالة المراد ايصالها للمستقبل
			05 - الغير قابلة للتأويل - استعمال العبارات ذات الدلالة الواضحة
أبدا	أحيانا	دائما	2من العوامل المساعدة على تحسين طريقةالموقف لدى القائم بالاتصال اللفظي:
			01 - عدم اصدار الاحكام عند التعبير عن الآراء
			02 - فصاحة اللسان و ضبط مستوى الصوت حسب الموقف
			03 - استعمال عبارات التقدير و الاحترام
			04 - استعمال اسلوب واضح و لغة بسيطة و مفهومة
			05 - استخدام اساليب الاقناع من اجل دعم إيصال الأفكار للمتلقي
أبدا	أحيانا	دائما	3 يستعمل القائم بالاتصال في توضيح الرسالة التي يريد ايصالها جملة من الاشارات و الايماءات من بينها :
			01 - استخدامالتواصلالبصرىمعالمستقبل
			02 - الاعتماد علىحركة اليدينلخلق انطبعا جيديدالمستمع
			03 - التناغم بين حركة الجسم و الكلام الموجه للمستمع
			04 - تكييف تعابير الوجه حسب الموقف و الرسالة المراد ايصالها
			05 - توظيف وضعية الجسم في التفاعل مع المتحدث

نشكركم على حسن تعاونكم



Entreprise Portuaire de Skikda
Organigramme général

Organigramme générale de l'Entreprise Portuaire de Skikda

